Hizmetix

EKONOMİ VE İŞ DÜNYASI DERGİSİ

MART 2018 SAYI 129 17TL

KOÇ HOLDİNG'İN NET KÂRI 4,9 MİLYAR LİRA



EN ZENGİN YİNE MURAT ÜLKER

KAMPÜSTEKİ MARKALAR

TİKAD BAŞKANI

NİLÜFER BULUT

TİKAD FONU İLE *BÜYÜK SERMAYELİ KADIN SAYISI* **ARTACAK**



Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı

DÜNYADA PARLAK BİR BÜYÜME DÖNEMİNE GİRİLDİ

- 'KATILIM BANKALARI HEP REEL SEKTÖRÜN YANINDA'
- 'KANSERDEN KORKMAYIN KORUNUN!'







KÜLTÜR KOLEJİ
KÜLTÜR2000 KOLEJİ

Anaokulundan Üniversiteye Okul "KÜLTÜR"dür.

ERKEN KAYIT

15 Şubat - 10 Mart 2018

Avantajlı Özel Kayıt Koşulları için sizi bekliyoruz.

ANAOKULU - İLKOKUL - ORTAOKUL - LİSE - FEN LİSESİ

0(536) 065 30 19
www.kultur.k12.tr

0(536) 065 30 20
www.kultur2000.k12.tr

ALACAĞINI TAHSİL EDEMEYEN KOBİ'LER İÇİN SİGORTA


Mehmet Şimşek

Alacakların şirket bilançolarındaki payının ortalama yüzde 30-40 düzeyinde olduğuna işaret eden Ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, bu nedenle tahsilat problemlerinde şirketlerin likiditesi ve kârlılığının olumsuz etkilendiğini söyledi. Şirket iflaslarının dörtte birinin tahsil edilemeyen alacaklar nedeniyle gerçekleştiğine dikkati çeken Şimşek, dünya genelinde etkin bir alacak yönetim mekanizmasının kurulmasının önem kazandığını vurguladı.

Şimşek, "Örneğin ortalama cirosu 10 milyon lira olan ve yüzde 5 kâr marjı ile satış yapan bir KOBİ'nin, 20 bin lira tutarında bir faturayı tahsil edemediğinde, zararını kurtarmak için 400 bin liralık satış yapması gerekmektedir. Ya da aynı KOBİ için en büyük müşteri riskinin 1 milyon lira olduğunu varsayarsak, bu tek müşterinin borcunu ödememesi bile KOBİ'nin bir yıl içerisinde elde etmeyi umduğu kârdan çok daha büyük zararla karşılaşmasına neden olabilmektedir" dedi.

ÇÖZÜM ALACAK SİGORTASINDA

Türkiye'de KOBİ'lerin, alacaklarının risk yönetimi için çözümü yaygın olarak faktoring, çek, doğrudan borçlandırma sistemi, mal alımı teminat mektubu, ipotek gibi ürünlerle bulmaya çalıştığını anlatan Mehmet Şimşek, çözümün alacak sigortasında olduğunu söyledi.

Alacak sigortasının küresel ekonomiye sunduğu katma değerin giderek anlaşıldığını dile getiren Mehmet Şimşek, dünyada ticari alacak sigortasının devlet kurumları ve özel sigorta şirketleri aracılığıyla sunulduğunu söyledi. Devlet kurumlarının daha çok ihracatı teşvik etmek üzere uzun vadeli yatırım ürünleri ya da emtia ihracatından doğan ticari alacaklara yönelik teminat sağladığını anlatan Şimşek, Türkiye'de bu konuda Türk Eximbank'ın örnek gösterilebileceğini kaydetti.

TEŞVİK EDİCİ DÜZENLEMELER YAPILACAK

Türkiye'de alacak sigortasını halihazırda daha çok büyük uluslararası firmaların, bu şirketlerin Türkiye'deki iştiraklerinin, bazı büyük kurumsal firmaların ve kısıtlı sayıda ticari ölçekli firmaların yaptırdığını anlatan Şimşek, ancak KOBİ ölçeğinde gerek talep gerekse arz ayağında yaşanan sorunlar nedeniyle alacak sigortasının yaygın olmadığını kaydetti.

Alacak sigortasının firmaları yurt içindeki ve yurt dışındaki alacaklarını tahsil edememe riskine karşı koruduğunun altını çizen Şimşek, hükümetin KGF desteğinin ardından KOBİ'leri alacaklarını tahsil edememe riskine karşı korumak için çalışma başlattığını bildirdi. Şimşek, bu kapsamda Hazine olarak KOBİ'ler için bankacılık sisteminde teminat olarak kullanılabilecek ve krediye ulaşmayı kolaylaştıracak alacak sigortasını yaygınlaştıracaklarını ifade etti.

Konjonktürel dalgalanmaların olduğu dönemlerde piyasada güven unsurunu pekiştirecek alacak sigortasının, ticaretin kesintiye uğramadan devam etmesini sağlayacağını vurgulayan Şimşek, bunun sigorta sektöründe de yeni imkânlar yaratacağını söyledi. Mehmet Şimşek, kurulması düşünülen modelde, talep ayağını harekete geçirmek üzere teşvik edici düzenlemeler yapılacağını, bunun yanı sıra arz ayağındaki pazar boşluklarının kapatılacağını ifade etti.

EDİTÖR

Demircan Reklam Ajansı Yayıncılık ve Matbaa Hiz. San. Tic. Ltd. Şti Adına

İMTİYAZ SAHİBİ
Metin Tahnal

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Turgut Tahnal

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Adem Ünce

EDİTÖR
Ece Kırdudu
haber@hizmetix.com.tr

GÖRSEL YÖNETMEN
Cihan Albay
grafik@hizmetix.com.tr

GRAFİK TASARIM
Medine Tahnal

REKLAM & PAZARLAMA
Öznur Yılmaz
Erdinç Sözbir
Berna Yiğit
Ebru Yıldız

ABONE SORUMLUSU
Semiha Kale
abone@demircanmedya.com.tr

İNGİLTERE SORUMLUSU
Suzan Doğan

BASKI
Milsan Matbaacılık ve Gazetecilik AŞ

YÖNETİM MERKEZİ
Beşyol Mah. İnönü Cad. No:18 K:4/8
Sefaköy - Küçükçekmece / İST.

T: 0212 451 51 60 - 63 **F:** 0212 451 51 64
www.hizmetix.com.tr
www.demircanmedya.com.tr

DERGİMİZ KADINLARLA DAHA DA GÜZEL

Değerli okurlarımız, yeni bir sayımızla daha karşınızdayız.

Dergimiz, ekonomi ve iş dünyasını yakından ilgilendiren birbirinden güzel dosya, haber ve röportajlarla yine dopdolu.

Biliyorsunuz, mart, Dünya Kadınlar Günü'nün kutlandığı bir ay. Bu yüzden kapağımıza Türkiye İş Kadınları Derneği (TİKAD) Başkanı Nilüfer Bulut'u taşıdık. Nilüfer Hanım ile İstanbul Harbiye'deki ofisinde derneğin faaliyetlerini ve kadınların iş hayatındaki yerini konuştuk.

Çok güzel ve ilginç cevaplar verdi Hizmetix'in sorularına Nilüfer Hanım. TİKAD Yatırım AŞ adıyla kurulan bir fondan bahsetti mesela. Bu fonla yatırımcı kadınlar, girişimci kadınları finanse edecek. Evde oturan kadınlar da küçük birikimleriyle bu fona ortak olabilecek. Yakın zamanda basın toplantısıyla detaylarının kamuoyuna açıklanacağı fon sayesinde büyük sermayeli kadın sayısının artması planlanıyor.

Bu aradan hemen belirteyim. Hizmetix, kadınlara yılda bir değil, her zaman yer vermek isteyen bir dergi. Haber çalışmalarımızda kadınlara pozitif ayrımcılık uyguluyor, onlara daha fazla yer açıyoruz. Her fırsatta da kapağımıza taşıyoruz. Her iş gibi dergimizin de kadınlarla daha güzel olduğunun farkındayız.

Mart sayımızdaki dosyalarımızdan biri de üniversite kampüslerindeki markalarla ilgili araştırma. Bugüne kadar işlenmeyen bu konuyla ilgili geniş bir çalışma yaptık. Çok güzel bir dosya çıktı ortaya.

Bu sayımızda sağlıkla ilgili de geniş dosyalarımız var. Röportaj çalışmalarımızda çağın vebası kanserle ilgili doyurucu bilgiler yer alıyor.

Ayrıca gıda, lojistik, finans, otomotiv, inşaat, züccaciye, bilişim, turizm ve güvenlik sektörleriyle ilgili haber ve röportajlarımız bulunuyor. CEO ve genel müdürlerin 2018 ile ilgili düşünceleri de yine bu sayımıza renk katan çalışmalar arasında.

Daha güzel sayılarda buluşmak dileğiyle…

İyi okumalar…

GENEL YAYIN YÖNETMENİ // TURGUT TAHNAL

 ISSN 1307 66 47

Hizmetix EKONOMİ VE İŞ DÜNYASI DERGİSİ







İÇİNDEKİLER



Deniz Gökçe

Ülkeler daha fazla borçlanacak

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), gelişmiş ülkelerin faizler arttıkça kamu borcu artışı yaşadıklarını vurguladı. Ayrıca, 2008 yılında 25 trilyon dolar olan toplam kamu borcunun, şimdi 45 trilyon dolara çıktığının altını çizdi.

Halbuki finansal krizin başından beri düşük faiz hadleri, kamu borcu ve de bütçe açıklarının sürdürülebilmesinde oldukça kolaylık sağlamıştı.

OECD'nin uzman politika analisti Fatoş Koç, bütçe açıklarının artarak devam etmesi sonucu, OECD üyesi olan ülkelerin giderek daha fazla baskı altında kaldıklarının altını çizdi. Halbuki OECD, Kasım 2017'de, ülkelerin maliye politikalarını azaltarak global büyümeye yardım etmekte olduklarını vurgulamıştı. Ama şimdi işler değişmeye başladı.

Kasım ayında, Paris'te yerleşik OECD, bir inceleme yaparak 10 yıllık bono getirilerinin yüzde 1 olmasının bile, bütçe dengelerinin, ortalama Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'nın (GSYİH) yıllık olarak yüzde 0.1 ila 0.3 kadarı arasında ve en az üç yıl kadar açık vermesine neden olduğunu vurgulamakta. Ama şimdi Fatoş Koç, ülkelerin bütçe açıklarının boyutunun giderek artmasının faturasına dikkat çekiyor.

Şimdi OECD, Türkiye'nin de aralarında olduğu üye ülkelerinin borcunun 2018 yılında iki misline artarak 45 milyar dolara yükseldiğini vurgulamaya başladı.

Ama OECD ülkelerinde, borçla GSYİH oranının geçen yıl ortalama yüzde 75 olduğunu ve OECD üye ülkelerinin de 2018 yılı içerisinde Londra'dan toplamda 10.5 trilyon poundluk borç almaya mecbur kaldıklarını da açıklamalarına ekledi.

Tabii OECD, finansal kriz sonrası borç arttıkça da, birçok ülkenin borcunun yüzde 40 kadarının, önümüzdeki birkaç yılda geri ödenmesinin gündeme geldiğini de açıklamalarına ekledi. Kredi derecelendirme kuruluşu Fitch ise son ayda, önümüzdeki birkaç ayda artması beklenen faizlerin de, ülkeler için ciddi geri ödeme sorunları yaratacağını da açıklamalarına ekledi.

Ülkelerin bu yıl özel kreditörlerden borç almak zorunda kalacakları da ortaya çıktı. Global ekonomilerde büyümenin artması, ülkelerin de para politikası yaklaşımlarını azaltması anlamına geliyor. Bu da merkez bankalarının ellerinde tuttukları ülke borçlarının azalması ve de faiz hadlerinin de giderek artması anlamına geliyor. Bono faizleri de bu ortamda artıyor.

Özetle, değişen ortam, ülkelerin mevcut borçlarının yeniden finansmanı gerektiğinde, daha yüksek oranlı faizle borçlanması ve de yeni borçlar da alması demek.

KOÇ HOLDİNG'İN NET KÂRI 4,9 MİLYAR LİRA

KOÇ HOLDİNG, 4,9 MİLYAR TL NET DÖNEM KÂRI GERÇEKLEŞTİRDİ. 2017 FİNANSAL SONUÇLARINI DEĞERLENDİREN KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU, "ÖNCÜ ROLÜMÜZLE CESUR ADIMLAR ATMAYA DEVAM EDECEĞİZ." DEDİ.


Levent Çakıroğlu

Koç Holding, 2017'de konsolide bazda toplam 99 milyar TL gelir elde ederken; 4,9 milyar TL net dönem kârı gerçekleştirdi. 2017 finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, dünyada ve Türkiye'de büyümenin tahminlerden daha yüksek gerçekleşmesinin olumlu etkilerini yaşadıkları bir yılı geride bıraktıklarını söyledi.

"Topluluk olarak uzun vadeli değer yaratma felsefemiz ve küresel vizyonumuz çerçevesinde kararlılıkla çalışmaya devam ediyoruz." diyen Çakıroğlu, "Küresel varlığımızı genişletirken, rekabetçiliğimizi artırmak, teknoloji ve inovasyon kabiliyetlerimizi geliştirmek ve güçlü markalar yaratmak, stratejimizin temel taşlarını oluşturuyor. Bu kapsamda çalışmalarımızı hız kesmeden sürdürmemizin finansal sonuçlarımıza da yansıdığını memnuniyetle görüyoruz." şeklinde konuştu.

Olumlu faaliyet ortamının etkisiyle Koç Topluluğu'nun başarılı performansını sürdürdüğünü vurgulayan Levent Çakıroğlu, sözlerine şöyle devam etti: "2017'de gerçekleştirdiğimiz yaklaşık 7,3 milyar TL'lik yatırımla birlikte, son 5 yıldaki yatırımlarımız 34 milyar TL'yi aştı. Şirketlerimizde bir yandan kapasite ve verimlilik artışları gerçekleştirirken, diğer yandan birçok yenilikçi ürün ve hizmeti hayata geçirdik. Dijital dönüşüm stratejik önceliklerimiz arasında. En önemli sermayemiz olan çalışanlarımızla birlikte dijital çağa uygun bir kültürel dönüşümü gerçekleştirmek üzere çalışmalarımıza devam ediyoruz. Özellikle Endüstri 4.0 uygulamalarının yanı sıra, veri analitiği, yapay zekâ, nesnelerin interneti gibi teknolojileri en etkin şekilde kullanmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki dönemde de öncü rolümüzle cesur adımlar atmaya devam edeceğiz."

'17,9 MİLYAR DOLARI YURT DIŞI GELİR ELDE ETTİK'

Koç Topluluğu'nun uluslararası pazarlarda da büyümeye devam ettiğini belirten Levent Çakıroğlu, "Yurtdışı gelirlerimiz özellikle otomotiv ve dayanıklı tüketim sektörlerinin katkısıyla 17,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. İhracatımızı ise bir önceki yıla oranla dolar bazında yüzde 14 artırdık. Arçelik, Pakistan'ın en büyük beyaz eşya şirketi Dawlance'ın satın alma işlemini tamamladı. Hindistan'da da Tata Grubu iştiraki Voltas'la ortak üretim ve satış için anlaşma imzaladı. Otokar, Birleşik Arap Emirlikleri'nde ağır zırhlı araçlarımızın üretimini yapmak için ortaklık kurdu. Otokoç ise Yunanistan'da Avis Budget operasyonunu satın alıyor. Bu yatırımların küresel vizyonumuza önemli katkı sağlayacağına inanıyorum." şeklinde konuştu.

DÜNYADA PARLAK BİR BÜYÜME DÖNEMİNE GİRİLDİ



Güler Sabancı Mehmet Göçmen

SABANCI HOLDİNG, 2017 FİNANSAL SONUÇLARINI AÇIKLADI. KONSOLİDE NET KÂR YÜZDE 31 ARTIŞLA 3,48 MİLYAR TL OLARAK GERÇEKLEŞTİ. YÖNETİM KURULU BAŞKANI GÜLER SABANCI, 2018'E DE OLUMLU BİR BAŞLANGIÇ YAPTIKLARINI BELİRTEREK "DÜNYA EKONOMİLERİNDE PARLAK BİR BÜYÜME DÖNEMİNE GİRİLDİ." DEDİ.

Sabancı Holding, 2017 faaliyetlerini ve 2018'e yönelik hedef ve projelerini Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı ve CEO Mehmet Göçmen'in katıldığı basın toplantısıyla açıkladı. Buna göre, kombine net satışları yüzde 22 artışla 65 milyar 600 milyon TL, konsolide net kârı ise yüzde 31 artışla 3 milyar 481 milyon TL olarak gerçekleşti.

Jeopolitik ve siyasi gelişmeler küresel çapta belirsizlik üretmeye devam etse de 2017'nin tekrar büyüme trendine girilen bir dönem olduğunun görüldüğünü belirten Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı, "Dünya ekonomisi 2017'de son 10 yılın en yüksek büyüme hızına ulaştı. Gelişmiş ülkelerde enflasyonun yükselmesi beklenirken; para politikalarının da kademeli olarak normalleşmesi gündemde. Bu yılın başlarından itibaren de dünyada büyümeyle ilgili olumlu seyir devam ederken; hisse senedi borsalarında ciddi sayılabilecek bir düşüş de yaşandı. Bu da, reel ekonomilerdeki büyüme performansı ile mali piyasalardaki gelişmelerin zaman zaman çok ayrı yönde seyredebileceğini bize gösteriyor." dedi.

Gelecekle ilgili çok çeşitli fikirler, senaryolar ve belirsizlikler olsa da son zamanlarda 'Teknoloji fırsat mı, tehdit mi?' tartışmasının fırsattan yana ağırlık kazandığını ifade eden Sabancı, "Kendilerine 'tekno-iyimserler' denilenlerin sayısı giderek artıyor. Tekno-iyimserler, yeni teknolojilerin artık verimlilik ve yeni iş modelleri üzerinde uzun zamandır beklenen pozitif artışı tetiklediğini görüyorlar. Tüm bunların etkisiyle dünya ekonomilerinde 'parlak' bir büyüme dönemine girildiği görülüyor." şeklinde konuştu.

ENFLASYON VE REEL FAİZDEKİ ARTIŞA DİKKAT!

Dünyadaki büyüme trendinin Türkiye'ye olumlu yansımasının 2017'deki en sevindirici gelişmelerden olduğunu dile getiren Güler Sabancı, şunları kaydetti: "Üçüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 11,1 ile son 6 yılın en hızlı büyümesini elde ettik. OECD ülkeleri içinde en hızlı büyümeyi yakaladık. 2017 ihracatında da 158 milyar dolarla iyi bir performans elde edildi. Bu olumlu sonuç, ekonomimize güç vermekle birlikte, 2017 enflasyonda ve yüksek reel faizde artış gördüğümüz bir yıl oldu! Bu konularda gerekli önlemlerin alınmasını, ekonomik istikrarın sağlanması ve büyümenin, düşük enflasyonda, kalıcı olması bakımından çok önemsiyoruz."

HEDEFİMİZ TÜRKİYE'NİN İKİ KATI BÜYÜMEK

Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen ise 2017'de Sabancı Topluluğu'nun stratejik yol haritasını tamamladıklarını ve uygulamaya başladıklarını ifade etti. Göçmen, Sabancı Holding'in 2018 hedeflerini de paylaştı: "Şirketlerimizdeki veri analitiğine dayalı değer yaratan projeleri bu dönemde hayat geçirirken; mevcut iş kollarımıza ve teknolojiye yatırıma devam edeceğiz. Hedefimiz Türkiye'nin iki katı büyümek."


Turan Koçyiğit

VEFA EN HIZLI BÜYÜYEN 100 ŞİRKET ARASINDA

ÜRÜNLERİNİ VE ÇÖZÜMLERİNİ 100'E YAKIN ÜLKEYE İHRAÇ ETTİKLERİNİ SÖYLEYEN VEFA HOLDİNG İCRA KURULU BAŞKANI TURAN KOÇYİĞİT, "SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜMEYLE EN HIZLI BÜYÜYEN 100 ŞİRKET ARASINDAYIZ." DİYOR.

Yenilikçi ve yapıcı fikirlerin öncüsü olma hedefiyle 1990'da yola çıkan Vefa Holding, bugün ürünlerini ve çözümlerini 100'e yakın ülkeye ulaştırıyor. Prefabrik yapı, bireysel konut, fibercement levha, özel yapı profilleri ve gayrimenkul alanlarında çalışmalarını sürdüren Vefa Holding İcra Kurulu Başkanı Turan Koçyiğit ile faaliyetlerini konuştuk.

Öncelikle faaliyetlerinizden ve büyüme potansiyelinizden bahseder misiniz?

Her işte öncü ve lider olma hedefiyle çıktığımız yolda 28 yılı geride bıraktık. Kurulduğu günden bu yana yaşanan pek çok ekonomik, siyasi ve uluslararası krizlerin üstesinden gelmeyi başardık. Bugün bini aşkın çalışanımızla çözümlerimizi ve ürünlerimizi 100'e yakın ülkeye ihraç ediyoruz. Ayrıca know-how ihracatı da yapıyoruz. En son ülke genelinde prefabrike binalar inşa edebilecek son teknolojilerle donatılmış bir fabrika kurmak üzere Afganistan ile sözleşme imzaladık.

Başka yurt dışı faaliyetleriniz var mı?

Katar, Gabon ve Dubai'de şirketlerimiz var. Diğer ülkelerde de bayilerimiz ve çözüm ortaklıklarımız mevcut. Ortadoğu ve Afrika'da marka bilinirliğimiz yüksek. Geçen yıl kabul edildiğimiz Turquality Programı ile yurtdışındaki markalaşma sürecimiz daha da hızlandı. Bu programla Etiyopya, Endonezya ve Birleşik Arap Emirlikleri'ne odaklandık.

Yurtiçi ve yurtdışında marka olmanızı neye borçlusunuz?

AR-GE ve ÜR-GE'ye… Ekiplerimizle daha hızlı, daha güvenli ve daha kaliteli ürünler üreterek müşterilerimizin işlerini kolaylaştırıyoruz. Dünyadaki yenilikçi teknolojileri yakından takip ediyor, fonksiyonel ürünler geliştiriyoruz. İnovasyon da kurum kültürümüzün önemli bir parçası. İnovatif çalışmalarımızla Türkiye'nin AR-GE Şampiyonları listesinde yer aldık.

İhracattaki durumunuz nedir?

Türkiye'nin ihracat liderleri arasında yer alıyoruz. Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından açıklanan ilk bin ihracatçı firması arasına Vefa Prefabrike Yapılar şirketimizle girdik. Ayrıca, 2016 İSO verilerine göre ikinci 500 sanayi kuruluşu içerisinde sektörünün en önde gelen firması olarak 28. sırada yer aldık. Sürdürülebilir bir büyümeyle en hızlı büyüyen 100 şirket arasındayız.

KNOW HOW İHRACATIMIZ SÜRECEK

2018'e yönelik yönetim ve büyüme stratejileriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bugün itibariyle dünyanın birçok noktasında yer alıyoruz. 2018'de de büyük işçi kampları, acil yerleşim üniteleri, toplu konutlar, acil durumlar ve mülteciler için özel çözümler, okullar, hastaneler ve sosyal toplu konutlar sunmaya devam edeceğiz. Know how ihracatımız da sürecek. 2018'de know-how için anlaştığımız Afganistan'daki fabrikanın kurulumu başladı. Cezayir ile de böyle bir anlaşma söz konusu. Ayrıca şu anda Türkiye'nin dört bölgesinde bayisi bulunan bireysel markamız Nestavilla'yı da 2018'de tüm bölgelere yaymayı planlıyoruz. Şu ana kadar kendi üretimimiz için kullandığımız Profacto ve Neopan markalı ürünlerimizi bayilerimize ve sektörümüze de sunacağız.

Pazarla ilgili kısa bir değerlendirme yapar mısınız?

Prefabrik sektörü dünyada ve Türkiye'de 20 yıldır sürekli büyüyor. Sadece Türkiye'nin değil, çevresindeki ülkelerin, hatta Avrupa ve Amerika'nın taleplerini karşılayan bir üretim gücüne ulaştık. Sektör, yıllık 1 milyar TL'lik ciroya sahip.

Nilfisk®

Nilfisk, dünya çapında bir profesyonel temizlik ürünleri ve hizmetlerinin sağlayıcısıdır. Dünyanın her yerinden müşterilerimize sunduğumuz ana ürün serilerimiz arasında zemin bakımı ekipmanları, vakumlu temizlik makineleri ve yüksek basınçlı yıkama makineleri ve çok sayıda ev tipi elektrikli süpürgeleri mevcuttur.

Nilfisk, profesyonel pazara kapsamlı bir üst düzey temizlik ürünleri yelpazesi ve güvenilir satış sonrası hizmetler sunmaktadır.

Merkezi Danimarka olan Nilfisk günümüzde 45 ülkede satış şirketlerine sahiptir ve güçlü dağıtıcı ağıyla, ürünlerini toplam 100'ü aşkın ülkede pazarlamakta ve satmaktadır. Asya, Avrupa ve Amerika'da üretim tesislerimiz bulunmaktadır.

Üretim Tesisleri

Doğru temizlik partneriniz, görev her ne olursa olsun...

Üretim tesislerinde, farklı imalat birimlerindeki birden farklı temizlik ihtiyaçlarınızı gerçekleştirebilmek için en iyi teknik ve ekonomik çözüme ihtiyaç duyarsınız.

Nilfisk yoğun temizliğe ihtiyaç duyan ağır imalat firmalarından, hafif imalathanelerin günlük temizliklerine kadar endüstrideki lider üreticiler için uzun yıllar boyunca daima güvenilir bir tedarikçi olmuştur.

Makinelerimiz üretkenliğinizi arttırabilmeniz, uzun dönem maliyetlerden tasarruf edebilmeniz için dayanıklı ve kullanımı kolay bir şekilde tasarlanmıştır.

Temizlik Şirketleri

İşiniz temizlik ise, bu aynı zamanda bizim işimiz...

Nilfisk olarak müşteri ilişkilerinizi ve performansınızı arttıracak profesyonel ve yenilikçi temizlik çözümleri sağlayarak rekabetçi konumunuzu güçlendirmek için çaba gösteriyoruz.

Temizlik işlerinizde neyin, ne zaman, nerede ve kim tarafından yapıldığını 7/24 takip edebileceğiniz filo yönetim sistemlerinden, ihtiyaçlarınıza uygun servis sözleşmelerine kadar birçok çözümü sizler ile paylaşıyoruz.

Hedefinizde müşterilerinizin taleplerini en iyi şekilde karşılamak olduğunun farkındayız. Dolayısıyla çözüm ortağınız olarak hedefimiz, karlılığınızı arttırırken diğer bir taraftan da beklentileri fazlasıyla karşılamanızı sağlamaktır.

Kamu ve Ticari Kurumlar

Çevreyi rahatsız etmeden, ortamınızdaki hijyeni ve hava kalitesini arttırın...

Nilfisk profesyonel temizlik çözümleri ile hastalarınıza, ziyaretçilerinize, öğrencilerinize, sakinlerinize, müşterilerilerinize vb., tesisinizin hem açık hem de kapalı alanlarının temiz, güvenli ve etkileyici olmasını sağlayın.

Düşük ses seviyesine ve yüksek manevra kabiliyetine sahip makineler ile etraftaki kişileri rahatsız etmeden ulaşılması zor alanları kolayca temizleyebilirsiniz.

Maliyetleriniz düşünülerek tasarlanan çözümlerimiz ile temizlik kalitesinden ödün vermeden, deterjan, zaman, su ve enerji gibi bir takım maliyet unsurlarınızı en aza indirebilirsiniz.



Nilfisk

Nilfisk - Her koşulda sizinle

Nilfisk aynı heyecan ile 110 yılı aşkın süredir profesyonel temizlik ekipmanlarını geliştirmiştir ve planımız önümüzdeki 100 yıl daha aynı geleneği sürdürmektir. Ürün grupları arasında vakum makineleri, zemin otomatları, süpürücüler, tek diskli makineler, halı temizleme makineleri ve basınçlı yıkama makineleri bulunur.



Ticari Vakum Makineleri

Nilfisk ticari vakum makineleri her zaman kullanım kolaylığı ve verimlilik göz önünde bulundurularak tasarlanır. Yıllar boyu hizmet vermek için özenle geliştirilen makineler, yüksek filtreleme özellikleri ve emiş güçleri ile size mükemmel bir temizliği garanti eder. Hangi modeli seçerseniz seçin, size dayanıklılık ve performansı garanti ediyoruz.



Zemin Otomatları

Nilfisk zemin otomatları ile saatte 11.700m²'ye kadar verimli ve etkin temizlik yapabilirsiniz. Zemin otomatlarımızda dört özellik ön plana çıkar; Daha iyi temizlik, kullanım kolaylığı, dayanıklılık ve düşük bakım masrafları.



Süpürücüler

Nilfisk süpürücüler size toz, kir ve çöpleri toplamanızda yardımcı olur. Yüksek toz kontrol ve filtreleme özellikleri ile tozutma sorunu olmaksızın en ince tozları bile temizleyebilirsiniz. Profesyonel süpürücüler ile her büyüklükteki kapalı veya açık alanın temizliğini yapabilirsiniz. İhtiyacınıza uygun manuel, akülü, dizel, lpg ya da hibrit sisteme sahip modellerimizi inceleyebilirsiniz.

TrackClean Filo Yönetim Sistemi

Nilfisk

Karlılık ve şeffaflık parmaklarınızın ucunda

Nilfisk TrackClean filo yönetim sistemi ile filonuzdaki makinelerin gerçek verimliliklerini takip edebilir, maliyetlerinizi düşürecek aksiyonları anında alabilirsiniz. Bu sayede anlık olarak seçili makinenin açma kapa zamanları, temizlik süresi, bir yerden başka bir yere taşınma esnasında geçen süreyi, makine lokasyonunu, makineyi kimin kullandığını, akü seviyesini, makinenin günün hangi saatlerinde hangi fonksiyonları ile çalıştığı takip edilebilir.

Faydalar

- TrackClean operasyonel bilgiyi kaydeder ve size saydamlık sağlayarak karlılığınızı arttırır.
- TrackClean, temizlik programınızı optimize etmenizi sağlayarak temizlik maliyetlerinizi düşürür.
- Bilgilere erişimi sağlayan web portalına PC, tablet veya akıllı telefondan bağlanılabilir. Bu sayede istediğiniz an makineleriniz ile ilgili detaylı makine aktivite özetine ulaşabilirsiniz.
- Bilgiye 7/24 ulaşılabilir. Bu sayede makine görevlendirmesini optimize ederek arızalı bekleme zamanını azaltabilirsiniz.
- TrackClean size bazı muhtemel problemleri bildirir ve bu sayede hızlı aksiyon alınarak servis masrafları ve durma zamanları düşürülebilir.





Nilfisk Uzun Dönem Makine Kiralama

Güvenilir, Esnek, Faydalı

Uzun dönem kiralama, ekipmanı satın almadan uzun seneler boyunca size kullanım fırsatı sağlayan bir finansal çözümdür. Uzun dönem kiralama sayesinde siz de filonuzun giderlerini daha etkin yönetebilir ve şirketiniz için büyük avantajlar sağlayabilirsiniz. Nilfisk uzun dönem kiralama çözümleri, sermayenizi daha doğru yatırımlara yönlendirmenizi sağlayarak işlerinizi geliştirmenize yardımcı olur. Bu esnada siz de makinelerin bakımlarını düşünmeksizin işlerinize odaklanabilirsiniz.

Kiralama yöntemi sayesinde, anlaşma yapacağınız süre boyunca, işletmenizin ihtiyacı olan temizlik ekipmanlarına ayıracağınız bütçe, sözleşme dönemi boyunca sabit olacaktır. Böylece yıllık planlarınızı çok doğru bir şekilde yapar iken, kendi demirbaşlarınızın meydana getirebileceği öngörülemeyen büyük arıza onarım maliyetlerinden kurtulmuş olursunuz.

EasyRent

Her Gün İlk Gün Gibi

Tasarımdan üretimine kadar makinelerimizin kalitesini özenle takip ediyoruz. Onların sahada çalışırken de kalitesini sürdürebilmesi için teknik destek ve yedek parça bulunurluğuna büyük önem veriyoruz.

Türkiye çapında yaygın profesyonel teknik servis desteği ile Nilfisk makineleri size her zaman en iyi şekilde hizmet verir. Orijinal yedek parçalarımız ile kaliteyi sürekli hale getirin.



Servis Sözleşmeleri



Nilfisk servis anlaşmaları ile makinenizin uzun yıllar boyunca hep en yüksek performansta çalışmasını ve size hizmet vermesini sağlayabilirsiniz.

Size uygun olan servis paketlerimizden birini seçin, yetkili servis teknisyenimiz önceden belirlenmiş aralıklarla makinenizi kontrol etsin.

Servis anlaşmaları ile orijinal yedek parçalara özel fiyatlar ile sahip olun.

	Standart Koruma	Full Servis
İşçilik	✓	✓
Yol ücreti	✓	✓
Yedek parça	✗	✓
Sarf malzeme *	✗	✓
Ziyaret sayısı * *	2-4	4-12
Müdahale süresi	48 saat	24 saat
Destek makine parkı	✗	✓

* Belirlenen maksimum yıllık çalışma saatine göre bir üst limit uygulanacaktır.

** Temizlenecek alana ve müşteri ihtiyacına göre belirlenir.



Nilfisk Türkiye A.Ş.
Şerifali Mahallesi, Bayraktar Bulv. Şehit Sok. No:7 34775 Ümraniye / İstanbul
Tel: +90 216 275 76 00 Fax: +90 216 275 76 30 info.tr@nilfisk.com www.nilfisk.com.tr

HAYAT SİGORTASINDA YÜZDE 51 BÜYÜDÜK


Fırat Kuruca

BİREYSEL EMEKLİLİK SEKTÖRÜNDE YÜZDE 19,3 PAZAR PAYI İLE LİDER OLAN AVIVASA, YATIRIMLARINA DEVAM EDECEK. AVIVASA CEO'SU FIRAT KURUCA, "LİDERLİĞİMİZİ 2018'DE DE SÜRDÜRMEYİ HEDEFLİYORUZ" DİYOR.

Toplam 18 şirketin faaliyet gösterdiği bireysel emeklilik sektöründe AvivaSA; yüzde 19,5 pazar payı, devlet katkısı dahil 15,2 milyar TL'yi aşkın fon büyüklüğü ve 900 bine yakın katılımcı sayısıyla lider konumda. Hacı Ömer Sabancı Holding ile İngiliz sigorta devi Aviva'nın eşit ortaklık ilkesiyle kurulan şirket, bireysel emekliliğin yanı sıra hayat sigortası alanında faaliyet gösteriyor. AvivaSA CEO'su Fırat Kuruca ile sektörü ve 2018 hedeflerini konuştuk.

2017 performansınız açısından Türkiye'deki büyüme potansiyelinizi nasıl görüyorsunuz?

Bireysel emeklilikte sergilediğimiz güçlü büyüme performansını ve 2015'ten bu yana bırakmadığımız liderliğimizi 2018'de de sürdürmeyi hedefliyoruz. Hayat sigortaları tarafında da pazar payımızı artırmayı planlıyoruz. 2017 hayat sigortası üretimlerine baktığımızda, sektör bir önceki yıla göre birikimli hayat hariç prim üretiminde yüzde 38 büyürken; AvivaSA olarak yüzde 51 büyüdük. 2018'de de özellikle hayat ürünlerinde yenilikçi ve farklı yaklaşımımızla pazar payı kazanmayı hedefliyoruz.

Türkiye'de hayat sigortaları konusundaki farkındalık düşük. Bunu nasıl artırmayı düşünüyorsunuz?

Farkındalığı en doğru şekilde, kredi hariç risk sigortalarıyla yaratabiliriz. Açıkçası, tüm sektörün bu branştaki büyüme potansiyeli bu alanda. Mevcut serbest hayat sigortası üretimlerimize baktığımızda, 'geri ödemeli hayat sigortası' ve 'tehlikeli hastalıklar' teminatlı ürünlerimiz en çok talep görenler arasında.

GLOBAL ORTAĞIMIZ TÜRKİYE'Yİ 'YILDIZ PAZAR' OLARAK TANIMLIYOR

İki güçlü markanın ortaklığında kurulan bir firma olarak Türkiye pazarını nasıl görüyorsunuz?

Global ortağımız Aviva, Türkiye'yi, büyüme potansiyelinin çok yüksek olduğu 'yıldız pazar' olarak tanımlıyor. Sigorta sektörü, hissedarımız Sabancı Holding için de stratejik büyüme alanlarından. Pazar payının yüzde 80'ine sahip 4 büyük oyuncu arasında fon büyüklüğünde lideriz. Ülkemizin düşük olan sigorta penetrasyon oranının ve bireysel tasarruf oranlarının artırılması için çalışmalarımız sürüyor.

Son olarak, 2018'e yönelik yönetim ve büyüme stratejileriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

AvivaSA olarak, 10. yılımız olan geçen seneyi, insana ve kültüre yatırım yılı ilan etmiştik. Bu konuda, çalışma ortamlarımızın dönüşümüne kadar önemli yatırımlar yaptık. Bu konulara odaklanmaya devam edeceğiz. Sektörümüzün geleceğini 'müşteri sadakati' ve 'dijitalleşme' olgularının şekillendireceğini düşünüyorum. Örneğin bu sene, 10-49 ve 50-99 çalışanı olan 240 bine yakın işletme bünyesindeki yaklaşık 4 milyon çalışan, Otomatik Katılım'a dahil olacak. Bu kadar işletmeye fiziki olarak ulaşılamayacağı için, sektörün dijitalleşmesi büyük önem taşıyor. AvivaSA olarak biz bu sürece hazırız.

Bİ'TIKLA İLE 2 DAKİKADA 20 BİN İŞLEM

Dijital yatırımlarınız kapsamında hayata geçirdiğiniz bir projeniz var mı?

Kurumsal online şubemiz Bi'tıkla'yı hayata geçirdik. Sade ve kolay kullanılabilir kullanıcı dostu ekran tasarımlarıyla hem firmaların insan kaynakları departmanlarının hem de AvivaSA operasyon ekiplerimizin kullanımına açtık. Dijital self-servis hizmeti sunan bu projeyle operasyonel verimliliği sağlamış olduk. Bi'Tıkla, 20 bin kişinin başvuru işlemini 2 dakikada, tahsilatını 1 dakikada tamamlıyor. 13 Şubat itibarıyla 4 bin 956 firmanın bu süreçte bizi tercih ettiğini memnuniyetle söyleyebilirim.

İNGİLTERE, İTALYA VE HİNDİSTAN'A YOĞUNLAŞACAĞIZ

ÖZELLİKLE SERAMİK ALANINDAKİ İHRACATLARIYLA ÜLKE EKONOMİSİNE BÜYÜK KATKI SAĞLAYAN ECE HOLDİNG'İN CEO'SU BÜLENT ONUR, 2018'DE ISVEA MARKASIYLA İNGİLTERE, İTALYA VE HİNDİSTAN PAZARLARINA YOĞUNLAŞACAKLARINI SÖYLÜYOR.



N. Bülent Onur

Temelleri 1946'ya kadar dayanan ve Çorum merkezli olarak faaliyetlerini sürdüren Ece Holding, ülke ekonomisine büyük katkıları olan gruplardan biri. Ece Holding CEO'su N. Bülent Onur, faaliyetleri ve 2018 hedefleriyle ilgili sorularımızı cevaplandırdı.

Türkiye, rakipleriniz açısından sizi tedirgin eden bir pazar mı?

Genel olarak çok büyük ve çeşitliliği olan bir pazar. Bu bizi tedirgin etmekten ziyade mutlu ediyor. Çünkü ülke ekonomisine en fazla katkı sağlayan sektörlerden biriyiz. Katma değerli ürün ürettikçe ve ihraç ettikçe Türkiye pazarında oluşumuz bizi tedirgin etmez, aksine güçlendirir.

2013'te satın aldığınız İtalya merkezli Isvea markasından bahseder misiniz?

Isvea, İtalyan tasarım kültürü, kalite ve fonksiyonellik yaklaşımını tüketicilere sunmayı amaçlayan bir marka. Biz Isvea olarak ürettiğimiz ürünlerin yüzde 65'ini 50'den fazla ülkeye ihraç ediyoruz. İhracatta birinci olduğumuz ülke İtalya. Bu çok gurur verici. Çünkü İtalya tasarımın cenneti ve onlarca iyi marka, onlarca da büyük üretici var. Hindistan pazarı da Isvea için önemli bir açılım oldu. 2018'de yine İngiltere, İtalya ve Hindistan pazarlarına yoğunlaşacağız.

'Türkiye İhracat Katkı Endeksi'nin 2017 verilerine göre seramik sektörü yine başı çekiyor. Sizin de en önemli üretim kalemlerinizden biri olan seramik ihracatını değerlendirir misiniz?

Üyesi olduğumuz Türkiye Seramik Federasyonu'nun ekonomistlere hazırlatmış olduğu bir çalışma bu. 18 sektörün değerlendirildiği endekste, inşaat seramikleri 22,33 katkı oranı ile en yüksek sektör oldu. İnşaat seramiklerini 6,53 ile giyim eşyası, 4,40 ile mobilya sektörü takip ediyor. Türkiye, seramik sanayisinde, dünyada kaplama malzemelerinde 8., sağlık gereçlerinde 4. en büyük üretici ülke konumunda. Seramik karolarda ve sağlık gereçlerinde dünyanın 4. büyük ihracatçısı olurken; karolarda Avrupa üçüncüsü, sağlık gereçlerinde ise Avrupa'nın en büyük ihracatçısı konumunda. Sektör yaklaşık 1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiriyor.

BÜYÜME 2018'DE DE DEVAM EDECEK

2018, dünya ve ülke ekonomisi açısından sizce nasıl bir yıl olacak?

Türkiye, 3. çeyrekte 11.1 büyüyerek dünya rekoru kırdı. İhracatın, yatırımların, sanayinin güçlü katkı yaptığı benzer büyümenin 2018'de de sürdürülmesi hedefleniyor. Aynı zamanda IMF, Türkiye ekonomisinin bu yıl yüzde 3.5 büyüyeceği tahmininde bulundu. IMF, 2018 ve 2019 yılları için küresel büyüme tahminlerini de yükseltti. Her iki yıl için büyüme tahminini 0.2 artırarak yüzde 3.9'a çıkardı. Bu durum, küresel ekonominin finans krizinden sonra sıçrama yaptığı 2011'den bu yana en hızlı büyümeyi işaret ediyor.

2018 stratejileriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Geçen yılki yatırımlar ve Ar-Ge çalışmaları bizim için 2018'e hazırlık gibiydi. 2018'de de katma değerli ürünler için Ar-Ge yatırımlarımıza artırarak devam edeceğiz.

CEYLAN, 2018'DE DEV PROJELERLE YÜKSELECEK

BUGÜNE KADAR 500 BİN METREKARE KONUT İMALATINA İMZA ATAN CEYLAN İNŞAAT; ZER MUHTEŞEM YENİ YIL KONUTLARI, ZER GÖZTEPE, ZER KARTAL, ZER LEVENT, ZER MECİDİYEKÖY VE ZER TUZLA MARINA PROJELERİNDE 3 BİN KONUT VE TİCARİ ALANLARI MÜŞTERİLERİYLE BULUŞTURACAK.


Muammer Ceylan

Farklı sektörlerdeki 35 yıllık tecrübesini 1995'te inşaat sektörüne taşıyan Ceylan İnşaat, 2017'yi başarılı bir ekonomik çizelgeyle kapattı. Yılsonunda 4 proje, 340 konut satışı ve yüzde 20'lik bir büyüme yakalayan Ceylan, bu güçle 2018'de yeni projelerin altına imza atacağının sinyallerini verdi.

'Önce İnsan' prensibiyle hareket eden Ceylan İnşaat, bugüne kadar 500 bin metrekare konut imalatının altına imza attı. Sektördeki bilgi birikimini, değişen beklentileri karşılama adına yeni projelerine taşıyan Ceylan İnşaat; Zer Muhteşem Yeni Yıl Konutları, Zer Göztepe, Zer Kartal, Zer Levent, Zer Mecidiyeköy ve Zer Tuzla Marina olmak üzere 3 bin konut ve ticari alanlardan oluşan projelerini müşterileriyle buluşturma hedefiyle yoluna devam ediyor.

Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer Ceylan, 2018 yılına yeni nesil projesi Zer Tuzla Marina'yla start vereceklerini söylüyor. Ceylan, "İstanbul'un sayfiye yerlerinden Tuzla'da hayat bulacak projemizin tüm daireleri deniz manzaralı. Yaklaşık 53 bin metrekare arsa alanına sahip projemiz, ekolojik mimarinin en iyi örneklerinden biri olmaya aday. Bu projemiz, 576 daire, 22 villa ve 2 ticari alandan oluşuyor" diyor.

Ceylan, Fikirtepe projesinden ise bahsediyor: "Fikirtepe kentsel dönüşüm projesi kapsamında Kadıköy Göztepe'de hayata geçirdiğimiz ve yüzde 45'ini tamamladığımız Zer Muhteşem Yeni Yıl Konutları ile yeni sakinlerin gönlünü fethetmeye hazırlanıyoruz. Bağdat Caddesi ve Fenerbahçe Stadı'na 500 metre, Kalamış Marina ve Moda'ya 750 metre mesafede bulunan proje, yaklaşık 5 bin 800 metrekare arsa üzerinde 25 katlı tek blok halinde yükseliyor."

Ceylan İnşaat'ın bir başka projesi, Zer Kartal. Proje, alıcılarının yoğun ilgisiyle karşılaşıyor. Yüzde 35'i satılan projede +1, 2+1 ve 3+1 seçenekleri, Ceylan İnşaat'ın 72 ay firma finansmanı ve 120 aya kadar alternatif ödeme koşullarıyla sahiplerini bekliyor.

İlbank, KİPTAŞ ve Ceylan İnşaat'ın işbirliğiyle ortaya çıkan Zer Göztepe projesi ise 675 konuttan meydana geliyor. 15 dönüm arsa alanı üzerinde 110 bin metrekare inşaat alanına sahip Zer Göztepe, 360 derece bir yaşam projesi olarak yükselmeye hazırlanıyor.



MECEDİYEKÖY'DE 360 DERECE İSTANBUL

Ceylan İnşaat'ın bakış açısını yansıttığı bir diğer proje, Zer Mecidiyeköy. İstanbul'un merkezinde, 4 bin 500 metrekarelik arsa üzerinde 176 lüks konuttan oluşuyor. Şehrin en önemli ticaret merkezlerine ve yaşam alanlarına yakınlığıyla dikkat çeken proje, sosyal donatılarıyla da herkesi kendine hayran bırakıyor.

5 bin 372 metrekare alanda 495 adet daireden oluşan Zer Levent de şehrin en önemli merkezlerine ve yaşam alanlarına yakınlığıyla dikkat çekiyor.

EN ZENGİN YİNE MURAT ÜLKER


Murat Ülker

FORBES Türkiye, bu yıl 13. kez hazırladığı 'En Zengin 100 Türk' listesini açıkladı. FORBES 100'ün toplam serveti, geçen yıla göre 18,5 milyar dolar artarak 121,4 milyar dolara yükseldi. Asıl büyük sıçrama ise listede yer alan milyarder sayısında yaşandı. Dolar milyarderlerinin sayısı geçen yıla göre 9 kişi artarak 40'a yükseldi. Milyarderlerin toplam serveti ise 72,4 milyar dolara çıktı. Erol Tabanca, Melih Abdulhayoğlu, Fuat-Ayhan-Fatih Tosyalı kardeşler ile Eren ve Fatih Özmen bu yıl ilk kez dolar milyarderleri arasında yer aldı. Mehmet Hattat ve Olgun Zoru ise uzun zamandır ayrı kaldıkları milyarderler ligine bu yıl geri döndü.

Listenin zirvesinde bu yıl üst üste 5. kez olmak üzere yine Murat Ülker var. Ülker, üstelik servetini geçen yıla göre 1,1 milyar dolar artırdı. Rönesans Holding'in patronu Erman Ilıcak ise yıllardır süren istikrarlı yükselişiyle servetini 4 milyar dolara çıkardı ve Murat Ülker'i yakın takibe aldı.

FORBES 100'de servetinin tamamını yurtdışındaki girişimlerinden elde eden milyarderlerin hem sayıları hem de servet rakamları arttı. ABD'de kurduğu yoğurt markası Chobani ile listede yer alan Hamdi Ulukaya'nın serveti 1,8 milyar dolara yükseldi. Listeye geçen yıl doğrudan milyarder olarak giren biyoteknoloji şirketi Samumed'in kurucusu Osman Kibar, servetini 800 milyon dolar artırarak 2,8 milyar dolara çıkardı ve FORBES 100'de 4. sıraya yükseldi. ABD'de kurdukları Sierra Nevada Corporation ile NASA'nın uzay istasyonuna kargo taşıyan Eren ve Fatih Özmen çifti, 1,5'er milyar dolarlık servetle (toplam 3 milyar dolar) ilk kez listenin milyarderler ligine yükselmiş oldu.

2018 SIRASI	İSİM	ŞİRKET	2018 SERVETİ (MİLYON DOLAR)
1	Murat Ülker	Yıldız Holding	4.800
2	Erman Ilıcak	Rönesans Holding	4.000
3	Hüsnü Özyeğin	Fiba Holding	2.900
4	Osman Kibar	Samumed	2.800
5	Mustafa Küçük	LC Waikiki	2.700
6	Semahat Arsel	Koç Holding	2.600
7	Rahmi Koç	Koç Holding	2.500
7	Şarık Tara	Enka İnşaat	2.500
9	Ferit Şahenk	Doğuş Holding	2.400
10	Filiz Şahenk	Doğuş Holding	2.300
11	Suna Kıraç	Koç Holding	2.200
12	Suat Günsel	Yakın Doğu Üniversitesi	1.900
13	Hamdi Ulukaya	Chobani	1.800
14	Mehmet Nazif Günal	MNG Holding	1.700
14	Nihat Özdemir	Limak Holding	1.700
14	Sezai Bacaksız	Limak Holding	1.700
14	Şefik Yılmaz Dizdar	LC Waikiki	1.700
18	Ahmet Çalık	Çalık Holding	1.600
18	Melih Abdulhayoğlu	Comodo Group	1.600

ÜLKER'İN SERVETİ DAHA DA FAZLA OLABİLİR

FORBES Türkiye Genel Yayın Yönetmeni Burçak Güven: Listemizin zirvesinde 5. kez Murat Ülker var. Bankalara olan 6 milyar dolarlık borcunu yeniden kredilendirmek istediği haberleriyle gündeme oturduğu bir dönemde bu durum soru işareti oluşturabilir. Yıldız Holding Yönetim Kurulu Başkanı Murat Ülker, bu süreçte sadece bize konuştu ve kendisi için her yıl yaptığımız hesaplamada şu ana kadar elimizde olmayan bazı bilgileri paylaşarak şirketlerinin yapısını daha şeffaf hale getirdi. Bu sayede bilgi sahibi olmadığımız için şu ana kadar hesaba katamadığımız bazı kalemleri öğrenme şansı yakaladık. Ülker'in bizimle paylaştığı bilgiler neticesinde bu sene kendisi için hesapladığımız servet değerinin de sağlamasını yapma imkânı bulduk. Sonuç olarak Murat Ülker'in 4,8 milyar dolarlık servet rakamının bir süredir gündem yaratan borçlardan arındırıldığına vurgu yapmak gerekiyor. Ayrıca, Ülker'in serveti için 'Bu rakamdan az olmadığı kesin; ancak daha fazlası olabilir' notunu da düşmekte fayda var.

ZİRAAT VE VAKIF DÜŞÜK GELİRLİ KİŞİLERİ HEDEFLEMELİ

ARAŞTIRMA KURULUŞU SETA TARAFINDAN HAZIRLANAN "TÜRKİYE'DE İSLAMİ FİNANSIN DÖNÜŞÜMÜNÜN EKONOMİ POLİTİĞİ" ADLI RAPORDA KATILIM BANKALARINA VE ÜRÜNLERİNE YÖNELİK ÖNERİLER BULUNUYOR.



Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım ile kamunun da giriş yaptığı katılım bankacılığı, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızlı bir yükseliş içerisinde. Gerek üniversiteler gerekse araştırma kuruluşları bu yükselişi dikkate alarak katılım bankacılığıyla ilgili çeşitli tezler ve raporlar hazırlıyorlar. Bunlardan birine de stratejik araştırma kuruluşu SETA imza attı. Mücahit Özdemir ve Hakan Aslan imzalı "Türkiye'de İslami Finansın Dönüşümünün Ekonomi Politiği" adlı raporda katılım bankalarına ve ürünlerine yönelik öneriler de bulunuyor. Raporun sonuç kısmından bazı bölümler şöyle:

KAMU KATILIM BANKALARI FARKLI BİR STRATEJİ BELİRLEMELİ

"2010 öncesine kadar oldukça zayıf olan ürün çeşitliliği, kira sertifikaları (sukuk) tebliği ve ihraçları ile Katılım Endeksi'nin kurulması gibi girişimlerle arttı. Katılım emeklilik ve sigortacılık faaliyetleri de ülkemizde İslami finans kurumları çeşitliliğini artırdı. Kamu katılım bankaları ile model değişmese de katılım bankalarının sahipliği konusunda bir çeşitlilik oluştu. Fakat kamu katılım bankaları, sektörün payını istenildiği kadar büyütememiştir. Bunun önemli bir sebebi, özel katılım bankaları ile aynı şehirlerde şubeleşmeleri, aynı ürün çeşitlerini sunmaları ve benzer kitleleri hedeflemeleridir. Pastanın büyütülmesi yerine bölünmesi söz konusu olmaktadır. Bu nedenle şubeleşme, hedef kitle ve ürünlere kadar kamu katılım bankaları farklı bir strateji belirlemelidir. Ziraat Katılım kırsal kesimi, Vakıf Katılım ise daha düşük gelirli kişileri hedeflemeli, bunlara yönelik farklı ürünler geliştirmelidir."

HALK KATILIM KOBİ'LERE FAİZSİZ HİZMET SUNABİLİR

"İleride açılması planlanan Halk Katılım ise daha çok KOBİ'lere faizsiz hizmet sunabilir. Bu şekilde özel katılım bankalarının ölçek ekonomisi nedeniyle ulaşamadığı kesimlere katılım bankacılığı götürülüp sektörün kapsamının artırılmasına katkıda bulunulabilir. Diğer yandan kamu kurumlarının fonlarını kamu katılım bankalarına yönlendirmeleri ve sigortacılık faaliyetleri için de katılım sigortacılığını tercih etmeleri, sektörün payını büyütecektir. Kamudan gelen fonun İslami finans alanına yönlendirilmesiyle katılım sektörünün payı artırılabilir."



ENDONEZYA, MALEZYA VE PAKİSTAN'DAKİ MODELLER İNCELENMELİ

"Birçok ülkede banka dışı İslami finansal kuruluşlarca topluma finansal hizmetler sunulmaktadır. Bu kuruluşların büyük bir kısmı (maalesef İslami bankalar tarafından da dışarıda bırakılan) düşük gelir grubundaki insanlara finansman sağlamakta, yoksulluğu azaltmayı amaçlamaktadır. Özellikle Endonezya, Malezya ve Pakistan'da İslami banka dışında farklı kuruluş modelleri faaliyet göstermektedir. Bu modeller incelenip Türkiye'ye uygulanması için düzenlemeler yapılmalıdır."

ALTYAPI PROJELERİNDE SUKUK İHRACI TERCİH EDİLMELİ

"Uluslararası birçok altyapı projesinin finansmanında tercih edilen sukuk ihraçları, Körfez ülkeleri ve Malezya'da varlık fonları aracılığıyla gerçekleştirilmekte. Türkiye Varlık Fonu ile hem Türkiye'de yapılacak olan altyapı projelerinde sukuk ihracı tercih edilerek İslami finansın hacmi büyütülebilir hem de Körfez ülkelerinden İslami fonlara yatırım yapmak isteyen bireysel ve kurumsal yatırımcılar için bir alternatif oluşturulabilir. Ayrıca faizsiz borçlanma yöntemiyle faiz külfeti de ortadan kalkacaktır."

HEP REEL SEKTÖRÜN YANINDAYIZ

TÜRKİYE KATILIM BANKALARI BİRLİĞİ BAŞKANI VE ALBARAKA TÜRK GENEL MÜDÜRÜ MELİKŞAH UTKU, DİĞER BANKALARDAN EN BÜYÜK FARKLARINI ŞÖYLE ÖZETLİYOR: "KRİZ ANINDA BİLE REEL SEKTÖRÜN YANINDAYIZ."


Melikşah Utku

Ülkemizde katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki payları sürekli artıyor. Hedefleri, şu an yüzde 5'lerde olan paylarını 2025'te yüzde 15'lere çıkarmak. Biz de Türkiye'de katılım bankacılığına neden ihtiyaç duyulduğunu, katılım bankalarının çalışmalarını ve hedeflerini Türkiye Katılım Bankaları Birliği Başkanı ve Albaraka Türk Genel Müdürü Melikşah Utku ile konuştuk.

Öncelikle, katılım bankacılığı nedir? Normal bankacılıktan farkları nelerdir?

Öncelikle katılım bankacılığı; tasarruf sahiplerinden topladıkları fonları faizsiz finansman çerçevesinde reel sektöre kullandırarak oluşan kâr ve zararı tasarruf sahipleriyle paylaşma üzerine kurulu bir model. Hem fon toplama hem de fon kullandırma yöntemi olarak mevduat bankalarından tamamıyla farklı olduğumuzu söyleyebilirim. Ayrıca aşırı riskli, spekülatif veya topluma zararı bulunan konularda da bankacılık işlemi yapmıyoruz.

Ülkemizde katılım bankacılığına neden ihtiyaç duyuluyor?

Bildiğiniz üzere ülkemizde olsun dünyada olsun faiz hassasiyetinden ötürü konvansiyonel bankaları tercih etmeyen büyük bir kesim var. Finans sektörü içinde alternatif bir model olan katılım bankacılığı ise ekonomik sisteme dâhil olmayan ve atıl halde kalan sermayeyi yönetmeye talip. Hem ülkemiz ekonomisi hem de tasarruf sahibi açısından kazançlı bir sistem olmasının yanı sıra Körfez sermayesinin ülkemizde değerlendirilmesi açısından da büyük bir boşluğu doldurmakta. Nitekim özellikle biz Albaraka olarak 15 ülkede varlığı olan bir bankayız. Mesela, Cezayir gibi ülkelerde Türkiye'nin ihracatının neredeyse dörtte biri Albaraka'dan geçiyor. Bu önemli.

'NET KÂRIMIZ YÜZDE 43 ARTTI'

Katılım bankacılığının en önemi farkı sizce ne?

1970'lerden beri finansal dünyanın gündeminde olan İslami bankacılık, Türkiye'de 1985'te faaliyete geçti. 90'lar boyunca büyük ölçüde kamu açıkları finansmanına çalışan Türk bankacılık sektörünün reel sektöre kaynak aktarması çok da mümkün olmuyordu. Katılım bankaları olarak biz 90'lardaki kriz dönemlerini bile hep reel sektörü finanse etmekle geçirdik. Diğer bankalar Türkiye'de reel sektörü finanse etmeye 2000'li yıllardan sonra başladı. Özellikle KOBİ'lere 2006'dan sonra ilgi gösterildi. Konvansiyonel bankaların geçmiş yıllarda KOBİ'lerle iletişim tarzı zaman zaman bozulsa da biz bildiğimiz üzere devam ettik. Katılım bankacılığının en önemi farkı bu. Yani hep reel ekonomiye destek oluşu.

2017, katılım bankaları açısından nasıl geçti?

Katılım bankaları, 2016 yılsonuna göre aktif büyüklüğünü yüzde 21 artırarak 2017'yi 160 milyar TL'nin üzerinde kapattı. Katılım bankalarının kullandırdığı nakdi krediler yüzde 25'in üzerinde büyümeyle 110 milyarı geçti. Her geçen yıl topladığımız ve kullandırdığımız fonların sağlıklı bir şekilde büyümesi, kurumsal ve bireysel müşterilerin bizim bankalara ilgilerinin yüksek olduğunu gösteriyor. Yine aynı yılsonunda, bankacılık sektörünün yıllık net karı yüzde 30 artmış; katılım bankaları ise net kârını sektörün üstünde bir performansla yüzde 43 oranında artırmış. 2017'de ayrıca katılım bankalarının ülkemizdeki şube sayısı da binin üzerine çıkmış, personel sayısı ise 15 bini geçmiştir. Konvansiyonel bankaların hem şube hem de çalışan sayısında azaltmaya gittiği bu dönemde bu büyümeler daha da anlamlı.

Şu an bankacılık sektöründe katılım bankalarının payı ne kadar? Önümüzdeki dönemler için hedefleriniz neler?

Sektörden aldığımız pay şu an yüzde 5 civarında. 2025'te yüzde 15'lere çıkarma hedefimiz var. Tabii bu esnada sağlıklı ve sürdürülebilir bir büyümeyi amaçlıyo-

ruz. Katılım bankalarının ciddi bir büyüme potansiyelinin olduğuna inanıyorum. Bunun da ötesinde, İstanbul'u İslami finans merkezi olması noktasında ciddi hedeflerimiz var. Bazı kamu bankalarının da bu alana yönelmesiyle ekosistemdeki hareketliliğin bize pozitif yansıyacağına inanıyorum. Türkiye Katılım Birliği Bankaları, katılım bankacılığı sisteminin büyümesi, sağlıklı olarak çalışması ve rekabet gücünün artırılması amacıyla çalışmalar yapıyor, stratejik hedefler belirliyor.

'ÇALIŞANLARIN YÜZDE 65'İ FAİZSİZ MODELİ SEÇTİ'

Türkiye Katılım Bankaları Birliği olarak vizyonunuzu "2025 yılı itibariyle sektörün dünya standartlarında finansal ürün ve hizmet sunar hale gelmesi" şeklinde özetliyorsunuz. Sektör şu an finansal ürün ve hizmet olarak hangi noktada?

Finansal ürün ve hizmetler noktasında ciddi bir yer edindiğimizi düşünüyor ve sektörle rekabet edecek seviyede olduğumuzu görüyorum. Mesela bireysel emeklilikte çalışanların yaklaşık yüzde 65'i faizsiz modeli seçti. Bunun dışında yeni ürünler üzerinde çalışıyoruz. Özellikle fon tarafını önemsiyoruz. Gayrimenkul portföyü, girişim sermayesi fonu hisseleri gibi niyetlerimiz var.

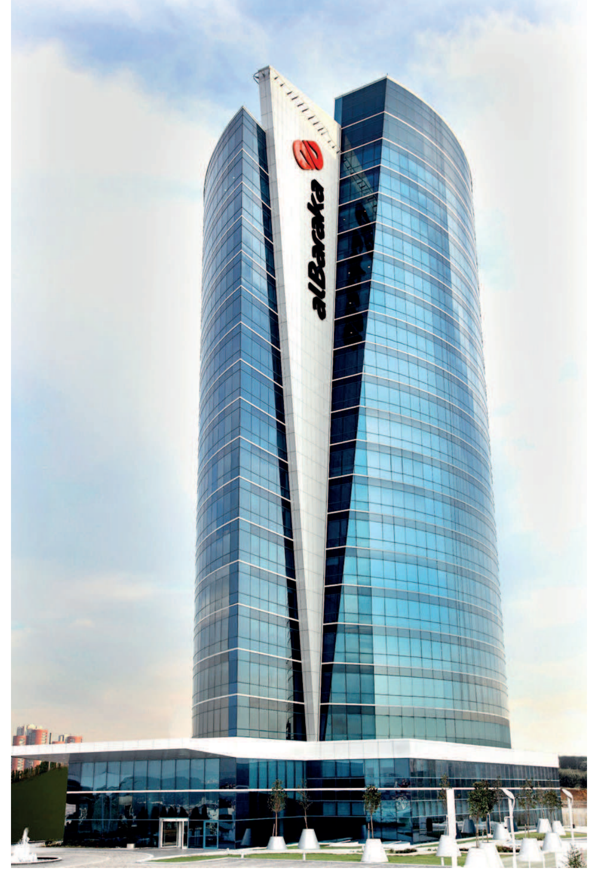
Katılım bankaları arasında rekabetin haricinde işbirlikleri oluyor mu?

Tabii biz tatlı bir rekabetin içinde olduğumuz kadar işbirliklerine de önem veriyoruz. Bu konuda birliğimiz bünyesinde çeşitli alanlarda çalışmalar da yapılıyor. İşbirlikleri sayesinde dünyadaki trendleri bizim çalışma modelimize uyarlamaya çalışıyoruz. Ayrıca katılım bankacılığı mevzuat ve regülasyonun gelişmesi için kamu otoriteleriyle iletişim halindeyiz. Pos ve kredi kartı tarafındaki girişimler de olumlu ilerliyor. İşbirliklerinden biri de Albaraka Türk ile Kuveyt Türk ortaklığında kurulan Katılım Emeklilik şirketi.

POS VE ATM'DE ÇOK İSRAF VAR

İş yerlerinde farklı bankalara ait POS makineleri, her yerde ayrı ayrı bankaların ATM'lerini görüyoruz. Bu konudaki düşünceniz nedir?

Bu konularda sadece katılım bankaları değil, bütün sektör birlikte hareket etmeli. Her dükkanda 5-6 tane POS sıralı. Her yerde yan yana birçok bankanın ATM'si var. Gereksiz kaynak kullanımı söz konusu. POS mekanizması ortak olsa, ATM'ler daha entegre çalışsa, Türkiye muazzam tasarruflar sağlar. İsraf edilen parayı AR-GE için kullanabiliriz, teknolojiye çok daha fazla kaynak aktarabiliriz.



BİZDE KREDİLERİ GERİ ÇAĞIRMA YOK

Normal bankalara göre farkınız ve farklı ürünleriniz neler?

En büyük farkımız, büyük ekonomik sıkıntılarda ortaya çıkmaktadır. Bu dönemlerde birçok konvansiyonel banka kredileri geri çağırıyor ya da faiz oranlarını yükseltiyor. Bu durum, likidite sıkıntısı çeken firmaları zor duruma sokuyor. Ayrıca, müşteri odaklı hareket eden katılım bankaları her geçen gün ürün ve hizmet gamını geliştirmekte. Mesela, normalde bir ihracatçı vadeli akreditasyon açıyor, vadeyi beklemek zorunda kalıyor. Ama katılım bankaları olarak onu biz finanse ediyoruz. Karşı tarafın riskini biz devralıyoruz. Mesela böyle ürünlerimizi devreye soktuk. Çoğu çok spesifik ürünler ama ilgilisi için çok önemli ürünler bunlar.

Albaraka Türk olarak farklı hizmetleriniz var mı?

Müşterilerimize bankacılık ürünlerine ek olarak danışmanlık desteği sağlıyoruz. 'Masrafsız Bankacılık' sloganıyla hiçbir koşul gerektirmeksizin hesap işletim ücreti almıyoruz. Ayrıca internet şubesi, mobil şube, ATM ve çağrı merkezi üzerinden yapılan tüm EFT ve havale işlemleri de ücretsiz. Bu hizmetlere ek olarak hac ve umre finansmanı için müşterilerimize "0" kâr payı ile 4 aya kadar vade fırsatı sunuyoruz.

2018'DE HEDEFİMİZ YAKLAŞIK 100 ŞUBE

Vakıf Katılım Genel Müdürü İkram Göktaş, bu yıl yaklaşık 100 şube sayısına ulaşmayı hedeflediklerini belirterek "Doğacak insan kaynağı ihtiyacını da düşünerek 350-400 yeni istihdam sağlamayı planlıyoruz." diyor.


İkram Göktaş

Katılım bankacılığı sektöründe artık kamu da var. Vakıf Katılım, Ziraat Katılım ile birlikte sektörün yeni oyuncusu. Hedefler büyük. Vakıf Katılım Genel Müdürü İkram Göktaş ile 2017 performansını ve 2018 hedeflerini konuştuk.

Vakıf Katılım'ın 2017 performans değerlendirmesini alabilir miyiz öncelikle?

Strateji ve hedeflerimiz kapsamında şubeleşme çalışmalarına 2017 yılında da ağırlık vererek 65 şube sayısına ulaştık. Müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak ve katılım bankacılığının tanınmasına destek olacak başta yeni ödeme sistemleri olmak üzere, pek çok alanda ürün geliştirme çalışmalarımız devam ediyor. Yakın zamanda hayata geçecek bu ürünlerle 'Katılım Bankacılığında Referans Kurum Olma' vizyonumuzu çok daha ön plana çıkarabileceğiz.

2017 yılında kira sertifikası ihraçları konusunda da hareketli bir dönem yaşadık. Kuruluşunun üzerinden kısa bir süre geçmiş olmasına rağmen Sermaye Piyasası Kurulu'ndan aldığımız 2 Milyar TL tutarlı ihraç tavanı kapsamında, nitelikli yatırımcılara tahsisli satış şeklinde gerçekleştirilen işlemler sonucunda 2017 yılında 1.62 milyar TL'lik kira sertifikası işlem hacmine ulaştık. Reel sektör firmalarının kira sertifikaları ihraçları ile ihtiyaç duydukları alternatif fonlara erişimini sağlayarak, firmaların ekonomik büyümeye ve istihdama katkılarını artırmak amacıyla iştirakimiz olan Katılım Varlık Kiralama şirketi üzerinden 200 milyon TL'lik "en yüksek reel sektör kira sertifikası ihracını" da başarıyla gerçekleştirdik.

Şube açtığınız yerlerde ilgi nasıl?

Halkımızın yoğun ilgisiyle karşılaşıyoruz. Gösterilen bu teveccüh çalışma azmimizi ve inancımızı daha da güçlendiriyor. Büyüme stratejimiz ve müşterilerimize yakın olma ilkemiz doğrultusunda şubeleşme çalışmalarımıza devam edeceğiz. Müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak ve katılım bankacılığının tanınmasına destek olacak başta yeni ödeme sistemleri olmak üzere pek çok alanda ürün geliştirme çalışmalarımız sürüyor.

Yeni yılda kaç şube açıp ne kadar personel almayı planlıyorsunuz?

Kurulurken bir hedefimiz vardı. Bu doğrultuda 2018 sonunda yaklaşık 100 şubeye ulaşmayı düşünüyoruz. Doğacak insan kaynağı ihtiyacını da düşünerek 2018'de 350-400 yeni istihdam sağlamayı hedefliyoruz.

2018 büyüme planınızda yurt dışı var mı?

Bankacılık sektörüne yeni katılan bir oyuncu olarak bu aşamada büyüme stratejimizi yurt içinde şubeleşmek üzerine oluşturduk. Orta ve uzun vadede ise Türki Cumhuriyetler ve Afrika'da ortaya çıkabilecek fırsatları değerlendirebiliriz.

2018'de Türkiye'nin ekonomik performansıyla ilgili tahminleriniz neler?

Büyüme ve istihdam başta olmak üzere ekonominin pek çok kaleminde başarılı bir performans sergileniyor. Bu da gelecek günlere dair umut ve gayretleri her geçen gün artırıyor. 2018'de Türkiye'nin yüzde 5 büyüyeceğini düşünüyorum. Enflasyonun yüzde 9-10 ve işsizliğin yüzde 10 seviyesinde olacağını tahmin ediyorum.

Katılım bankacılığının bankacılık sektöründeki mevcut durumu hakkında bilgi verir misiniz?

Katılım bankaları, ülkemizde 25 yılı aşkın bir süredir faaliyet göstermelerine rağmen, sektörden alınan pay bakımından istenilen seviyede değiller. Özellikle son yıllarda sektörün büyümesi açısından siyasi otorite pek çok adım attı. Kamunun katılım bankası kurarak sektöre oyuncu olarak girmesi, bu yaklaşımın en önemli göstergesi. Hükümet, buna ek olarak BDDK ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği ortaklığıyla düzenlenen Katılım Bankacılığı Çalıştayı'nda belirlenen eylem planının hayata geçirilmesi için Katılım Bankacılığı Üst Koordinasyon Kurulu'nu kurdu. Bu eylem planı hayata geçtiğinde katılım bankacılığı sektörü istenilen seviyelere gelecektir. Plandan hareketle önümüzdeki 10 yılda sektördeki payımızın yüzde 15'lere yaklaşacağını tahmin ediyoruz.


Ufuk Uyan

NET KÂRIMIZI YÜZDE 24 ARTIRDIK

TÜRKİYE'NİN EN ESKİ İKİ KATILIM BANKASINDAN BİRİ OLAN KUVEYT TÜRK, 2017'Yİ YÜKSEK KÂR ORANIYLA NOKTALADI. GENEL MÜDÜR UFUK UYAN, 2018'DEN BEKLENTİLERİN DE YÜKSEK OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.

Türkiye'nin en eski iki katılım bankasından biri olan Kuveyt Türk, istikrarlı büyümesini sürdürüyor. Banka, 2017'yi de yüksek kârla noktaladı. Genel Müdür Ufuk Uyan ile sektörü ve Kuveyt Türk'ün hedeflerini konuştuk.

Öncelikle, katılım bankalarının Türkiye'deki varlık nedeni nedir?

Faizsizlik prensibidir. Bu nedenle katılım bankaları, tasarruf sahiplerinden topladıkları fonları, faizsiz finansman prensiplerine göre ticaret ve sanayide değerlendirerek oluşan kâr veya zararı tasarruf sahipleriyle paylaşır. Kâr veya zarar ortaklığıyla değerlendirilen fonlar toplanırken 'sabit bir getiri' taahhüt etmemek işin özünü oluşturur.

'Faizden uzak durma' şeklindeki dini hassasiyetle ortaya çıkan katılım bankacılığı hakkında biraz bilgi verebilir misiniz?

Geleneksel bankalara yatırılmayan fonlar, faizsiz yöntemlerle toplanıp ihtiyacı olanlara yine faizsiz yöntemlerle kullandırılıyor. Katılım bankaları sayesinde, özellikle faiz sistemine dâhil olmak istemeyenlerin atıl duran tasarrufları hem güvenle saklanıyor hem de değerlendiriliyor. Aynı zamanda kayıt dışının önüne geçiliyor. Ayrıca katılım bankaları gerçek ticareti ve yatırımları finanse ettiği için ülke ekonomisinin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlanıyor.

Kâr payı olarak nitelendirdiğiniz getirileri nasıl elde ediyorsunuz?

Vadeli olarak açılan katılma hesaplarına dağıtılacak kâr, bu hesaplardaki fonların kullandırılması neticesinde oluşan kâr seviyesine göre değişiyor. Söz konusu fonlar, para birimine göre TL, dolar ve Euro havuzlarında toplanıyor. Ardından fon kullanmak isteyen müşterimize, talep ettiği para cinsi ve vade grubuna göre ilgili havuzdan, ihtiyaç duyduğu malın peşin alınıp vadeli satımı suretiyle finansman sağlıyoruz. Bu işlemden doğan kârı da günlük bazda katılma hesaplarına dağıtıyoruz. Vade sonunda biriken tutar da müşterimize kâr payı olarak ödeniyor.

Şu an bankacılık sektöründe katılım bankalarının payı ne kadar?

Aralık 2017 verilerine göre katılım bankalarının sektör içindeki payı, toplanan fonlarda yüzde 6.1, kullandırılan fonlarda yüzde 5, toplam aktiflerde ise yüzde 4.9 oldu. Katılım bankacılığı sektörünün net dönem kârı ise yüzde 30,8 büyüyen toplam bankacılık sektörünün üzerinde bir ivme yakalayarak yüzde 43,1 arttı.

2017'de Kuveyt Türk'ün performansı nasıl oldu?

Net kârımızı yüzde 24,4 artırarak 674 milyon TL'ye yükselttik. Fon büyüklüğümüz, yüzde 24,9 artışla 39,9 milyar TL'ye ulaştı. Garanti Fonu teminatlı fonları da etkin şekilde kullanarak 3.8 milyar TL kaynak sağladık. 2016'ya göre yüzde 35 daha fazla altın toplayarak 1.8 ton altını ekonomiye kazandırdık. Ayrıca, bugüne kadar Türkiye'de özel sektör tarafından TL cinsinden nitelikli yatırımcıya yönelik en yüksek tutarlı kira sertifikası (sukuk) ihracını gerçekleştirerek kendi rekorumuzu kırdık.

2018 hedefleriniz neler?

Türkiye'nin iki Ar-Ge merkezine sahip tek bankası olarak 2018'de de inovasyona ve dijitalleşmeye yaptığımız yatırımları sürdürerek sektörün üzerinde büyüme kaydetmeyi ve bankacılık sektöründen aldığımız payı artırmayı hedefliyoruz. Ayrıca, 2018'de sektörün yüzde 15-20 büyüme yakalayacağını, kârlılıkta da 2017'ye benzer performans sergileyeceğini düşünüyoruz.

ZİRAAT KATILIM TOPLAM AKTİFLERİNİ YÜZDE 80 ARTIRDI


Metin Özdemir

Türkiye'nin kamu sermayesiyle kurulan ilk katılım bankası Ziraat Katılım, hızlı büyümesini 2017'de de sürdürerek yılı yüksek ve sağlıklı performansla tamamladı. 2017 verilerine ilişkin değerlendirmede bulunan Ziraat Katılım Genel Müdürü Metin Özdemir, "Bankamız 2017 sonu itibarıyla toplam aktiflerini yüzde 80 artırarak 14,3 milyar TL'lik bilanço büyüklüğüne ulaştı. Kullandırdığımız nakdi fonlar yüzde 103 artarak 11,7 milyar TL'ye, gayri nakdi fonlar ise yüzde 74 büyümeyle 6,1 milyar TL'ye çıkarken; ülkemiz ekonomisine sağlanan destek, toplam 17,8 milyar TL oldu." dedi.

Bilançolarındaki nakdi finansmanların payının bir önceki yıla oranla 10 puanlık artışla yüzde 80 seviyesine yükseldiğini belirten Özdemir, "Bu süreçte, ekonomimizin can damarı konumundaki KOBİ'ler başta olmak üzere reel sektörün finansmanına yönelik desteğimiz artarak devam etti. 2017 sonu itibarıyla toplam cari ve katılma hesaplarında önceki yıla göre yüzde 78 artış gerçekleşti ve 10 milyar TL büyüklüğe ulaştı." şeklinde konuştu.

Kaynak çeşitliliğinin artırılması ve genişletilmesi çerçevesinde yurt içi ve yurt dışı bankalardan fon sağlanmaya 2017'de de devam ettiklerini ifade eden Metin Özdemir, "Uluslararası derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings de yabancı para cinsinden uzun vadeli notumuzu BB+ olarak açıklayarak bankamıza olan güveni güçlü bir şekilde teyit etti." dedi.

TÜRKİYE FİNANS 2017'DE 22 MİLYAR TL FON TOPLADI

Türkiye Finans Katılım Bankası'nın 2017 sonu itibarıyla toplam aktif büyüklüğü 39 milyar TL oldu. 2016'ya oranla yüzde 5 artış göstererek 22 milyar TL değerinde fon toplayan bankanın, 2017 net dönem kârı ise yüzde 27 artarak 375 milyon TL'ye ulaştı.

Türkiye Finans Katılım Bankası, 2017'yi 287 şube ve 3 bin 767 personelle tamamladı. Türkiye Finans'ın cari hesapları 2017 sonunda bir önceki yıla göre yüzde 20 artışla yaklaşık 7 milyar TL olarak gerçekleşti. Cari hesapların toplanan fonlar içerisindeki payı da yüzde 31 oldu.

Bankanın özkaynakları ise yüzde 11 artarak 4 milyar TL seviyesini gördü. Türkiye Finans'ın özkaynak kârlılığı yüzde 9.72 olarak gerçekleşti. Sermaye yeterlilik rasyosu ise yüzde 18.22'ye yükseldi.

Türkiye Finans Katılım Bankası Finans ve Strateji Genel Müdür Yardımcısı Mete Kanat, "Üretim ve insan odaklı ekonomik faaliyetlerimizi 2017'de de hayata geçirerek büyümemizi sürdürdük. Reel ekonomiye katkı sağlamak amacıyla çıktığımız bu yolda, modern bankacılık prensiplerimizi yenilikçi ürün ve hizmetlerimizle destekledik. Tüm bunların sonucu olarak bir önceki yıla oranla yüzde 27 artışla 375 milyon TL kâra ulaştık. Kârlılığımızın sürdürülebilir olması için önümüzdeki dönemde de yeni ürün, hizmet ve teknolojilerle verimliliğimizi artırarak büyümemizi sürdüreceğiz." dedi.


Mete Kanat

‘Gelecekteki başarıyı öngörmenin yolu; bugün doğru olanı yapmaktan geçer. Çünkü başlama şekline karar verme yöntemi; gelecekte yaşanacakları belirler.’



Burak Onur ŞAHİN
Bosses Company Kurucusu

HENRY FORD OLMAK İÇİN...

Tüm cevaplara sahip olmamaktan memnuniyet duyan şirketler; markalaşma yolunu daha hızlı katediyor.

Marka olmak yolunda; her şeyi bilmediklerini kabul edebilen, daha fazla öğrenmeye açık potansiyel alıcılarınızdan yardım istemekten çekinmeyin. Ama sakın onların sizi sihirli bir değnekle markaya dönüştürmesini de beklemeyin. Onları; yalnızca sürecin bir tetikleyicisi olarak benimseyin ve hayata geçireceğiniz her sosyal-kültürel faaliyette onlara yer verin.

‘Keşke bütün insanlar da yarattığımız şeylere bizimle aynı gözden bakabilselerdi! ’ diyenlerle karşılaşıyorum genellikle.

Şirket; ürün ve hizmetlerini belirli bir pazarda rekabetçi zemin kurallarına göre konumlandırır. Böyle bir durumda keşke demenize gerek yok. İnsanlar da sizinle aynı şeyleri görecektir. Marka ise ürün ve hizmetlerinin temelinde yatan marka özünü potansiyel alıcısının zihninde konumlandırır. İşte bu durumda da keşke demek yerine; yaratımlarınızı potansiyel alıcılarınızın zihnindeki imgeler ve duygu metaforlarına göre yaparsanız, elde edecekleriniz hayal ettiklerinize bir nebze daha yaklaşabilir. Ancak sınırlarınızı potansiyel alıcılarınız değil, her ne olursa olsun siz belirleyin. Yoksa Henry Ford da yalnızca bir atı nasıl daha hızlı hale getirebileceği düşüncesine takılır kalırdı.

“İnsanlara ne istediklerini sormuş olsaydım, daha hızlı bir at istediklerini söylerlerdi.” Henry Ford

Şirketinizin sahip olduğu her reklamcılık ve halkla ilişkiler envanteri sizi marka yolunda yüceltmeyebilir. Ve belki de geriletiyordur!

Reklamcılık-halkla ilişkiler envanterlerinde sıklıkla rastladığımız bir şeyler var ki bizi hayrete düşürmemesi şaşırtıcı olurdu. En önemlisi tutarsızlıklar: ‘Karar verin, siz hangisinde-nerede anlattığınız gibisiniz?’ diye sormak istiyor bazen insan.

İkincisi karmaşıklıklar. Tamam, çok fazla donenin bir arada kullanıldığı (bazı durumlar hariç bu zaten yanlış) içeriklerin karmaşıklığı anlaşılabilir; fakat bir-iki done ile hazırlanmış içeriğin anlatım metni ile olan uyumsuzluğunun yarattığı algı karmaşası, üzerinden zaman geçmeden anlaşılmıyor.

Sonuncusu da ‘Acaba bu içerikte diğer iştirakinize mi dikkat çekmeye çalıştınız yoksa bilinçaltımızdaki bilmeme korkusuna, bak alakasız şeyleri de sana ben öğretiyorum, demeye mi?’ diye sormaktan kendinizi alıkoyamayacağınız tutarsız ilgi çekme çabaları ile aralarında hiçbir bağ olmayan bilgi verme çabaları.

Unutmayın bu envanterler marka olsun diye bütün değerlerinizi bağladığınız şirketinizi dış dünyada nasıl konumlandırdığınızı ve onun sizin hakkınızda ne konuştuğunu ortaya koyan objektif yansımalardır.

#markanotu

DAHA FAZLA KADINA DESTEK VERMEK İSTİYORUZ

30. yılını kutlayan ve 2017'de 1,6 milyar lira kâr elde eden QNB Finansbank, girişimci kadınlara desteğini sürdürüyor. QNB Finansbank Bireysel ve KOBİ Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydın, daha fazla kadın girişimciye destek vermek istediklerini söylüyor.



QNB Finansbank, güçlü yapısıyla girişimci kadınlara destek kredileri veriyor. Hizmetix'in kadınlara yönelik destek kredileriyle ilgili sorularını cevaplandıran QNB Finansbank Bireysel ve KOBİ Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydın, kalkınmada önemli rol üstlenen kadın girişimcilerin yanında yer aldıklarını ve önemli sorunlardan biri olan finansman ihtiyacına odaklandıklarını söyledi.

Avrupa Birliği, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Türkiye İş Kurumu tarafından başlatılan Kadın İşletmelerine Finansman ve Danışmanlık Desteği Programı çerçevesinde 2017'de 250 milyon TL'lik fonu kadın müşterilerine sunduklarını belirten Erkin Aydın, 2018'de de benzer bir desteği Kredi Garanti Fonu (KGF) kapsamında sağlamaya devam edeceklerini ifade etti: "Şubat 2018'de başladığımız KGF destekli kredide şu ana kadar beklediğimizin üzerinde talep topladık. Daha fazla kadın girişimciye ulaşmayı ve onları geleceğin patronları olarak görmeyi amaçlıyoruz."

ESNEK VADE, AVANTAJLI FİYAT

Girişimci kadınlara yönelik avantajlı krediler sunduklarını ifade eden QNB Finansbank Bireysel ve KOBİ Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydın, "Geçen sene sağladığımız Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası fonuna benzer şekilde, bu seneki KGF destekli kadın girişimci fonunda da müşterilerimize kredi politikalarımız doğrultusunda esnek vadelerde ve avantajlı fiyatlarda sermaye desteği sağlayabiliyoruz. Sermaye bulma sıkıntısı yaşayan kadın girişimcilerimizin, KGF'nin sağladığı bu kefalet desteğiyle ekonomiye daha fazla katkıda bulunacağına inanıyoruz." dedi.


Erkin Aydın

Aydın, "Girişimci olmak istiyorum, diyen her kadına destek kredisi veriyor musunuz?" sorumuza da şöyle cevap verdi: "KGF kefaletli kredilerde ciro ve çalışan sayısı kriterlerini sağlayan, KOBİ vasfına haiz gerçek veya tüzel kişiler, bu avantajlı krediden yararlanabiliyorlar. Bu noktada önemli olan, kadın girişimcilerin finansman talep ettikleri işletmelerin etkin ortağı olmaları."

TİKAD FONU İLE BÜYÜK SERMAYELİ KADIN SAYISI ARTACAK

TÜRKİYE İŞ KADINLARI DERNEĞİ (TİKAD) BAŞKANI NİLÜFER BULUT, GİRİŞİMCİ KADINLAR İÇİN GÜZEL BİR PROJEDEN BAHSETTİ: "TİKAD ÜYESİ İŞ KADINLARINDAN OLUŞAN BİR YATIRIM FONU KURDUK. TİKAD YATIRIM AŞ ADIYLA KURULAN BU FONLA YATIRIMCI KADINLAR, GİRİŞİMCİ KADINLARI FİNANSE EDECEK. EVDE OTURAN KADINLAR DA KÜÇÜK BİRİKİMLERİYLE BU FONA ORTAK OLABİLECEK."

KAPAK KONUĞU

1995'ten beri iş hayatında. İş hayatına maden ve inşaat üzerine faaliyet gösteren aile şirketinde başladı. Sonra ayrılıp strateji geliştirme ve reklam ajansı kurdu. Siyasi partilere kampanyalar yaptı. 2001'den bu yana ise tekrar aile şirketine dönüp maden, inşaat, enerji ve ambalaj işi yapıyor. Ama kamuoyu onu daha çok Türkiye İş Kadınları Derneği (TİKAD) Başkanı olarak tanıyor. Kurulduğu 2004'ten bu yana TİKAD Başkanı olan Nilüfer Bulut'tan bahsediyoruz. Bulut ile TİKAD'ın faaliyetlerini, projelerini ve kadınların iş hayatındaki yerini konuştuk. Çok güzel ve ilginç cevaplar aldık.

2004'te 13 kurucuyla yola çıkış hikayenizle başlayabilir miyiz?

İş kadını olarak çalışırken erkeklerin örgütlenerek yol aldıklarını, hem iş hem de sosyal hayatlarını ekip ruhuyla geliştirdiklerini gözlemledim. Biz kadınların ise bireysel olarak hareket ettiğimizi ve erkek egemen gruplarda var olmaya çalıştığımızı gördüm. Aslında Türkiye'de gelişmiş, her konuda söyleyecek sözü olan, zeki, eğitimli, başarılı, çok kadın vardı. Tek tek erkek egemen gruplar arasında kaybolduklarını ve seslerinin de gür çıkmadığını düşündüğüm için 2004'te 13 iş kadınıyla birlikte derneğimizi kurmayı karar verdik. İlk kurulduğumuzda ismimizde Türkiye ismini kullanamıyorduk. Çünkü bir yıl geçmesi ve Bakanlar Kurulu kararı gerekiyordu. Ne yapalım diye düşünürken Tüm İş Kadınları Derneği (TİKAD) olsun dedik. Daha sonra 'Tüm' yerine 'Türkiye' ismiyle yolumuza yine TİKAD olarak devam ettik.

Fikri ortaya attığınızda diğer iş kadınları nasıl karşıladı?

13 kişi arasında tanımadığım isimler de vardı. Projeyi anlattığımda hepsi hemen inandı. Çünkü bu bir kadın hareketiydi. Aynı zamanda sırf kadın hareketi içerisine hapsolmayacağını, biz kadınların siyasette, sosyal hayatta, iş dünyasında ve dünyanın geleceğinde söz sahibi olacağımız bir düşünce kuruluşu olacağını söylediğimde, hepsi buna inanarak 'evet' dedi.

TİKAD, TÜSİAD'IN KADIN VERSİYONU

Üye olmak isteyen iş kadınlarında aradığınız şartlar ve özellikler neler?

Aradığımız şartlar, belli bir sektörde kendi iş yerinin olması gerekiyor. Belli bir cirosunun olması gerekiyor. İstihdam ettiği belli bir sayının olması gerekiyor. Ve bizim misyonumuza ve vizyonumuza uygun olması gerekiyor. Hep söylüyorum; TİKAD, TÜSİAD'ın kadın versiyonu. Bu nedenle biraz ince eleyip sık dokuyoruz üye olmak isteyenleri.



Şu an kaç üyeniz mevcut?

Şu an 90 üyemiz var. Sayımız az ama kapladığımız alanın çok büyük olduğunu düşünüyorum. Türkiye'de sermayeye yön veren kadınlardan oluşan bir grup. O nedenle üye sayısını çok artırarak bu yapımızı bozmak istemiyoruz.

DAHA YAPILACAK ÇOK ŞEY VAR

2004'te kuruldunuz. Aralarında Dünya İş Kadınları Zirvesi olmak üzere birçok organizasyon gerçekleştirdiniz. Nisan 2007'de TBMM Üstün Hizmet Madalyası'na layık görüldünüz. Aradan geçen 14 yılda TİKAD öncülüğünde iş dünyasında kadınlar lehine neler değişti?

Kurulduğumuzda Türkiye'de iş kadını ve kadın girişimci pek yaygın değildi. 2004'ten sonra siyasette, iş dünyasında, sivil toplum kuruluşlarında ve büyük holdinglerde kadının başarısının görünür kılındığını herkes fark eder zaten. Yine de yeterli değil ama en azından kadının başarılı olabileceği kabul görür oldu. Kadınların



yönettiği şirketlerin kârlılık oranlarına bakıldığında daha başarılı oldukları görüldü. Sizin de dediğiniz gibi Dünya İş Kadınları Zirvesi gibi birçok etkinliğe imza atarak kadınların her alanda daha görünür olmalarını sağlamaya çalıştık. Ama geldiğimiz noktada yeterli mi dersek, yeterli değil. Daha yapılacak çok şey var. Çünkü zihinsel değişim çok zaman istiyor. İnsanların zihnindeki o kadın algısını değiştirmekte zorlanıyoruz. Ama bugüne kadar yaptığınız çalışmaların sonucunu aldınız mı derseniz, aldığımızı düşünüyorum.

Sadece ülkemizde değil, batıda da kadınlarla ilgili benzer sorunlar var aslında. Öyle değil mi?

Kesinlikle.

Batılı ülkelerde bile ancak 2050'den sonra iş hayatında erkeklerle kadınların yüzde 50-50 olacağı tahmin ediliyor. Türkiye'nin bu anlamda daha fazla zamana ihtiyacı var gibi sanki.

Aynen. 80 yıl sonra falan deniyor. Aslında yetiştirilme tarzımızda batıdaki kadının bizim önümüzde olduğu algısı vardır. Ama biz Dünya İş Kadınları Zirvesi'ni düzenlerken gördük ki sorunlarımız aynı. İşte 8 Mart geliyor, Amerika'da hâlâ kadın hareketleri konuşuluyor.

DÜNYANIN KADINLARDAN FAYDALANMASI LAZIM

Belli bir mesafe aldınız ama erkek egemenliği hâlâ kırılabilmiş değil. Kadınların her alanda daha fazla yer alması için mücadele ederken sizin bir de annelik rolünüz var. İş hayatında bunun zorlukları neler?

Tabii yaratılışımız gereği anne kimliğimiz daha ağır basıyor; istediğimiz kadar iş hayatında olalım. Ama ben anneliğin çok güzel ve çok özel bir meslek olduğunu düşünüyorum. Annenin her şeyiyle donanımlı olması gerekiyor. Bunu başarabileceğine inanan kişilerin anne olması gerektiğine inanıyorum. Annelik, kolay algılanan, evde oturan bir kadın modeli değildir. Anne tüm hayatını çocuğuna adamışsa, bence o kadın da çalışan bir kadındır. O kadın da bir iş kadınıdır. Ev kadını tanımını da çok yanlış buluyorum bu arada.

Hem evde hem işte başarılı olmanın bir formülü var mı?

Var. Zamanı iyi kullanmak… Zamanı öldürmek yerine doğru kullanırsak, hem evimizde iyi bir anne hem de işimizde iyi bir kadın olabiliyoruz. Gerçekten de ka-

DÜNYA KADINLAR GÜNÜ'NÜN KUTLANMASINA KARŞIYIM

8 Mart Dünya Kadınlar Günü ile ilgili düşünceleriniz nedir?

Ben kutlamanın karşısındayım. 8 Mart bir kutlama günü değil, anma günüdür. Kadın hareketinin geldiği noktaya baktığımızda, yine en az ücreti kadınlar alıyor, yine şiddete kadınlar maruz kalıyor. İş yerinde gördüğü şiddet, eşinden gördüğü şiddet, ekonomik şiddet... Baktığımızda toplum olarak çok da yol almadığımızı görüyoruz. Bunların kutlamalarla değil de daha somut çözümlerle ortaya konması gerektiğini düşünüyorum. Bir de artık bu cinsiyet ayrımcılığını ortadan kaldırmamız lazım. Sürekli kadın bakan, kadın milletvekili, kadın mühendis, kadın subay, kadın polis deniyor. Mesleklerin cinsiyeti olmamalı. Meslekleri cinsiyetlerine göre değerlendirmeye devam ettiğimiz sürece maalesef '80 yıl sonra yüzde 50-yüzde 50 eşitlik' gibi şeyleri hâlâ konuşuyor olacağız. Cinsiyet ayrımını ortadan kaldırıp zihinsel değişimi yakaladığımızda bu sorunlar daha kısa sürede çözülür diye düşünüyorum. Kadını bir PR, bir reklam aracı, bir malzeme olarak değil, bir insan olarak görmeye başladığımızda 'bu çok başarılı bir subay, çok başarılı bir bakan, çok başarılı bir mühendis' demeye başlayacağız. Erkek subay, erkek bakan, erkek mühendis demediğimiz gibi kadınlar için de bunu ortadan kaldırdığımızda zihinsel değişimi yakalamış olacağız.

Bu biraz da görünürlükle ilgili galiba. Kadınlar iş hayatında, siyasette ve sosyal hayatta daha fazla gözüktükçe insanlar alışacak.

İşte biz bunu yapmak için, kızlarımıza rol model olmak için yola çıktık. Katılıyorum size. Görünür oldukça işimiz daha kolay olacak.

dınlar birçok işi aynı anda yapabilen çok organize insanlar. Bu yüzden dünyanın kadınlardan faydalanması lazım. Onları eve hapsederek yalnızca çocuk büyüten kişilik olarak görmektense onlardan yararlanılmalı. Annelik zor bir meslek. Anneliği başaran insanlar dünyanın geleceğinde söz sahibi olmalı.

KADINLARI DESTEKLEMEK İÇİN TİKAD YATIRIM AŞ'Yİ KURDUK

2015 planlarınız arasında 'Kadın Bankacılığı' projeniz vardı. Bankalarla görüşerek bu projenizi hayata geçirmeyi düşündüğünüzü söylüyordunuz. Bu projenin detayları neydi ve son durum ne?

Bununla ilgili çok çalışma yaptık. Projelerimizi bankalara sunduk. Kadın bankacılığını hayata geçiren birçok banka var.

Bu projenizin, bankaların girişimci kadınlara destek kredisinden farkı neydi?

Bizim projemiz, tamamen kadınların finansa erişimini kolaylaştırmaktı. Kadına özel kredilendirme sisteminin hayata geçirilmesiydi. Görüşmelerimiz üzerine bazı bankalar bunu yapmaya çalıştı ama tam istediğiniz gibi oldu mu derseniz, olmadı.

Bunun yerine başka bir projeniz var mı?

Biz şimdi TİKAD Yatırım AŞ diye, TİKAD üyesi iş kadınlarından oluşan bir yatırım fonu kurduk. Bunun adına bankacılık diyemeyiz. Çünkü bankacılık mevzuatı çok farklı. Biz bu fonla yatırımcı kadınların, girişimci kadınlara yatırım yapmasını, onları finanse etmesini sağlayacağız. Fonu kurduk. Ama bizim amacımız yeni girişimci yaratmak değil. Belli bir noktaya gelmiş, şirketini büyütmüş, bir noktadan sonra kurumsallaşmakta, markalaşmakta ve finansa ulaşmakta zorluk çeken kadınların işlerine yatırım yapacağız. Amacımız, daha büyük sermayeli kadınların ortaya çıkması. Evde oturan kadınlar da küçük birikimleriyle bu fona ortak olabilecek. Zincirleme, 'Her kadın çalışan kadındır' sloganıyla yola çıkarak bütün kadınların ortak olacağı bir fon yaratıyoruz. Şu an bu fonu kurduk. Önümüzdeki haftalarda basınla paylaşacağız. Bu fonu kurmamızın sebeplerinden biri de girişimci kadınlar ile bankalar arasında yaşanan bazı sorunlar.

Kanun ve mevzuatlarda çalışan kadınlarla ilgili birçok madde ve düzenleme bulunuyor. Şirketler, kadın çalışanlara karşı yasal yükümlülüklerini ne kadar yerine getiriyor? Bu konuda bir araştırmanız var mı? Kadın çalışanlardan size şikayetler geliyor mu?

Çok şikayet geliyor. Kanun ve mevzuatlara baktığımızda kadınlarla ilgili konularda çok yol kat ettik.

LİDERLER ÇÖZÜM ÜRETSİN, SAVAŞLAR OLMASIN

Kadınlar yeterince söz sahibi olsalardı şu an dünyada savaşlar, çatışmalar olmazdı galiba değil mi?

Evet. Ben bunun altını çiziyorum. Erkeklere, dostlara diyorum ki 'Ne olur alanı biraz bize açın. Sizin de işiniz kolaylaşacak.' Buna inanmaları lazım. Fakat inandıklarını düşünmüyorum.

Şu an ülkemizin bulunduğu bölgede savaşlar, çatışmalar var. Bundan en büyük zararı da kadınlar ve çocuklar görüyor. Bu konuda çok hassas olduğunuzu biliyoruz. Terör ve çatışmaların ancak kadın eli değince biteceğini söylüyorsunuz. Bu konudaki düşünceleriniz nedir?

Hâlâ aynı düşüncedeyim. Tabii ki mecbur kalıyoruz, kalınıyor. Siyasette kararları alırken şartların ne kadar zor olduğunu biliyoruz. Ama maalesef en çok etkilenenler gerçekten kadınlar ve çocuklar. Erkeğini savaşa gönderen, bombalar altında yaşam mücadelesi veren, çocuğuna ekmek bulamayan kadınları görüyoruz. Suriyelilerin kaldığı kampları gördüğümüzde insanın içi acıyor. Yani savaş güzel bir şey değil. Siyasi olarak orada olup da o kararı almak mecburiyetinde bırakılmak... Başka bir çıkar yol yok mu diyorum ben. Yani iletişim kurularak bu yapılamaz mı? O nedenle barış üzerine çok kafa yoruyoruz. Kadınlar olarak barış zemininde çözüm üretilebilir diye düşünüyoruz. Suriye'de yaşanan olaylar... Bizim yaşadığımız Afrin... Oğlu askerde olan annelerin yüreğinin nasıl çarptığını, evlatların yetim kaldığını gördükçe insanın kendi yaşantısına adapte olması kolay olmuyor. Bir an evvel siyasilerin ve liderlerin çözüm üretmeleri gerekiyor. Bu konuda Birleşmiş Milletler'e de görev düşüyor. Somali'ye gittiğimde de gördüğüm manzara karşısında düşündüm: Birleşmiş Milletler ne yapar! Kuruluş amacı ne ve hâlâ bunlar neden yaşanıyor diye... Sonuç olarak, tabii ki ülkemizi, sınırımızı koruyacağız ama savaşlar olmasın.





Çok güzel düzenlemeler var. Fakat zihinsel değişim olmadan kanunlar pek işe yaramıyor. İş yerlerine kreş zorunluluğu getirildi mesela. Ama onun da avantajları ve dezavantajları var. Atıyorum, çalışma koşulları çok da iyi olmayan bir fabrikada açılacak bir kreşin sağlık açısından ne kadar yeterli olacağı soru işareti. Ayrıca, bazı haklar sadece kadınlar için değil, erkekler için de olmalı. Mesela, doğum izni. Ben bu konuda çok mücadele ettim ve erkeklere de verildi. Çocuğu sadece anne değil, anne ve baba birlikte yetiştirmeli.

Diyelim ki erkeklerin yönettiği bir şirketi kadınlar devraldı. O şirkette neler değişir?

(Gülüyor) Öncelikle ben kadın-erkek ayrımı yapmadan yeterliliklerine bakmak gerektiğini düşünüyorum. Ama bir şirketi kadınlar devraldığında neler değişir biliyor musunuz? Öyle güzelleşir ki orası! Kadınlar, erkeklerin görmediği güzellikleri ortaya çıkarır. Orası yaşanır bir hale gelir. Annelikten gelen sevgi, merhamet ve iletişim dili artar. Ama kârlılık, verimlilik, üretim açılarından zaten kadın-erkek fark etmez. Orayı verimli hale getirmek, kâra geçirmek zorundasınız.

TEK BAŞINA BELLİ BİR NOKTAYA GELMİŞ KADIN SAYIMIZ ÇOK AZ

Büyük şirketlere ve holdinglere baktığımızda, yönetimde bulunan kadınların genelde, kurucuların ya da yönetim kurulu başkanlarının eşi, kızı, torunu olduğunu görüyoruz. TİKAD Yönetim Kurulu'nda bulunan isimler de genelde böyle. Bu konuda siz ne düşünüyorsunuz?

Maalesef ülkemizde kendi başına belli bir noktaya gelmiş kadın sayımız çok az. Hatta yok denecek kadar az. Evet, babalarının, eşlerinin kurduğu şirketlerde, holdinglerde yönetim kurulu üyesi olan, yönetim kurulu başkanı olan üyelerimiz var ama o da kolay bir şey değil. Dedesinin, babasının kurduğu şirketi belli bir noktaya taşıması gerekiyor. Onların bu çalışmasını da göz ardı etmemek gerekiyor. Bahsettiğim fonu kurmamızın bir sebebi de bu işte. Kendi işini kuran ve büyüten kadın sayısını artırmak.

Ön planda bir iş kadını olarak siyasete atılmanız için teklifler geliyor mu?

Geliyor. Ama ben hep iş hayatında var olmaya çalışıyorum. İş kadını sayılarının artmasını istiyorum. Çünkü ekonomik anlamda güçlüyseniz, güçlüsünüz. Ben bunu gördüm. Bu yüzden kadınların ekonomik anlamda güçlenmeleri için iş hayatında kalmaya devam edeceğim.



KAMPÜSTEKİ MARKALAR

BİNLERCE ÖĞRENCİSİ OLAN ÜNİVERSİTELERİN KAMPÜSLERİNDE ZİNCİR YEME-İÇME MARKALARININ ŞUBELERİ HER GEÇEN GÜN ÇOĞALIYOR. MARKALAR, AVM'LERİN ARDINDAN KAMPÜSLERDE BÜYÜYOR. BU YENİ TRENDLE BİRLİKTE HEM ÜNİVERSİTELER HEM ÖĞRENCİLER HEM DE FİRMALAR KAZANÇLI ÇIKIYOR.



Türkiye'nin en önemli yerel ve global markalarıyla çalışan gençlik pazarlama ajansı Youth Republic'in İstanbul, Ankara ve İzmir'de 2 bin üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdiği Youth Pulse (Gençlik Nabzı) Araştırması'na göre, gençlerin hızlı yaşam biçimleri yeme-içme alışkanlıklarını da etkiliyor. Üniversite öğrencilerinin neredeyse tamamı (yüzde 97) dışarıda yemek yiyip en çok zincir fast-food markalarının restoranlarını tercih ediyor. Çünkü gençler için sosyalleşmek çok önemli. Arkadaşlarla vakit geçirmek, arada bir şeyler yiyip içmek, yeni insanlarla tanışmak… Fast-food restoranları, hem sosyalleşme imkânı verdikleri hem hızlı ürün sundukları hem de ucuz oldukları için gençlerin tercih nedeni. Hal böyle olunca, yeme-içme markalarının AVM'lerden sonraki hedefi, üniversite kampüsleri.

Bugün baktığımızda, binlerce öğrencisi olan üniversitelerin kampüslerinde zincir yeme-içme markalarının şubelerini görüyoruz. Bu markalar, AVM'lerin ardından kampüslerde büyüyor. Birçok ünlü marka, kampüslerde de şubeler açarak cirolarını artırıyor. Bu yeni trendle birlikte hem üniversiteler hem öğrenciler hem de firmalar kazançlı çıkıyor. Üniversiteler, bu firmalardan kira veya pay alarak bütçelerini zenginleştiriyor. Hemen her konuda markayı tercih eden Y kuşağı öğrenciler, yiyecek ve içecek alırken, kalite ve hijyen konusunda belli standartları olan markalara kavuşmuş oluyor. Firmalar da marka sadakati yüksek olan genç üniversitelilere hizmet vererek satışlarını artırıyor. Bu trend, hızla yayılarak devam ediyor. Başka markalar da kampüslerde şube açmak için üniversitelerin kapısını çalıyor.



KASAPDÖNER ÜNİVERSİTELİ OLDU

Üniversitelerin kapısını çalan markalardan biri de KasapDöner. İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir, Adana, Konya, Kocaeli, Van, Erbil (Kuzey Irak), Bakü (Azerbaycan), Girne ve Lefkoşa'da (Kuzey Kıbrıs) toplam 51 şubesi bulunan KasapDöner, geçtiğimiz günlerde 52. şubesini İstanbul Aydın Üniversitesi'nde açarak 'üniversiteli' oldu. 'Hamburger çocuklarına döner yedirmeye geliyoruz' sloganı ve gerçekleştirdiği renkli kampanyalarla dikkat çeken KasapDöner, işlek caddeler ve önemli AVM'lerden sonra 40 bin öğrencinin öğretim gördüğü İstanbul Aydın Üniversitesi'nde şube açarak büyümesini sürdürdü.

KasapDöner Genel Müdürü Bahar Özürün, ilk kez bir üniversite kampüsünde yer aldıklarını ve 'üniversiteli' olduklarını ifade ederek devamının geleceğini söylüyor: "2018'de Eskişehir, Bursa, Samsun gibi Anadolu metropollerinde yeni şubeler açmayı hedefliyoruz. Üniversiteler de ilgi alanımız içerisinde. Kampüslerde de daha fazla yer almak istiyoruz."

'MARKALARIN TALEPLERİNİ DEĞERLENDİRİYORUZ'

En son KasapDöner'in yer aldığı İstanbul Aydın Üniversitesi, kampüsünde en çok şube bulunduran öğretim kurumlarından biri. İstanbul Aydın Üniversitesi Basın Tanıtım ve Halkla İlişkiler Daire Başkan Vekili Sebahattin Kutlu, Florya Halit Aydın Kampüsü'nde halihazırda Burger King, Subway, EspressoLab, KasapDöner, Starbucks, Casarole, Lavazza ve Simit Tadında markalarının şubelerinin yer aldığını söylüyor.

Farklı markalardan da şube açmak için zaman zaman talepler geldiğini belirten Kutlu, "Üniversitemizin ilgili birimi de yer durumu, marka konsepti, öğrenci talepleri ve maddi olanaklar çerçevesinde talepleri değerlendiriyor. Şube açmak için son başvuran marka KasapDöner oldu. Yapılan değerlendirme sonucu C Blok kantininde şube açması uygun görüldü." diyor.

Konuyla ilgili görüşünü aldığımız İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi 3. Sınıf öğrencisi İrem Tüfekçi ise bilindik markaların kendisinde 'güven' duygusu oluşturduğunu ifade ediyor: "Markalaşma bizim de derslerde gördüğümüz konulardan biri. Kampüs içinde yer alan bilindik markalardan alışveriş yapmak, özellikle de yemek yemek, şahsen bende bir çeşit 'güvenlik' duygusu uyandırıyor. Biliyorum ki bir sorun yaşasam, bu markalar sorunu çözmede çok daha dikkatli ve titiz davranacaklar."

KAMPÜSTEKİ POTANSİYELİ İLK ONLAR FARK ETTİ

Kampüslerdeki potansiyeli ilk fark edenler, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin eski başkanı ve Saray Muhallebicisi'nin ortağı Kadir Topbaş'ın oğlu Mustafa Ömer Topbaş ile Sütiş Muhallebicisi'nin sahibi Mevlüt Kocadağ'ın oğlu Emre Kocadağ oldu. İkisi de Koç Üniversitesi'nden mezun olduğu için, şehre oldukça uzak olan kampüsteki potansiyeli değerlendirmek üzere ortak şirket kurdular.

PiGastro markasıyla 2007'de Koç Üniversitesi'nin kantinini işletmeye başlayan ikili, daha sonra PiGastro, Lokma ve EspressoLab markalarıyla Bilgi, Kadir Has, Kültür, Sabancı, İstanbul Aydın ve İstanbul Teknik gibi üniversitelerde de öğrencilere hizmet vermeye başladı. Lokma'nın ortakları arasında milli futbolcu Emre Belözoğlu'nun babası Mehmet Belözoğlu da bulunuyor. EspressoLab markası ise Emre-Esat Kocadağ kardeşlerin. Koç Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunu Mustafa Ömer Topbaş, "Gıda sektöründen geldiğimiz için Koç Üniversitesi'ndeki eksikliği hissedince bu işe girmeye









karar verdik. Şimdi çok doğru bir karar verdiğimizi anlıyoruz." diyor 2008'de verdiği bir röportajında.

Birçok kampüste yer alan EspressoLab markasının ortağı Esat Kocadağ da şu an altısı yurt dışında olmak üzere 36 şubeleri olduğunu, 2018'de bu sayıyı ikiye katlamayı hedeflediklerini söylüyor. Birçok üniversitede yer aldıklarını ve müşterilerinin 4'te 3'ünün 18-23 yaş aralığında olduğunu belirten Esat Kocadağ, "Üniversite portföyü daha bilinçli. Kampüsteki müşterilerimiz mezun olup iş hayatına atıldıklarında da yine bizi tercih edecekler. Biz kampüslerde yer alarak aslında geleceğe yatırım yapıyoruz." diyor.

STARBUCKS'SIZ KAMPÜS OLMAZ!

Kampüslerde en çok gördüğümüz markalardan biri de Starbucks. Özellikle gençlerin yaşam biçimini belirleyen global kahve zinciri, şu an 11 farklı üniversitenin kampüsünde hizmet veriyor. Öyle ki tercih dönemlerinde üniversite adaylarının kararlarını etkileyebilecek bir potansiyeli bile var. Mesela, Kadir Has Üniversitesi'nde okuyan bir öğrenci, tercih yapacak adaylara kampüsle ilgili bilgi verirken şöyle bir yorum yapmış internette: "Pek çok kimse için 'Ohaağ! Okulda Starbucks var abiie!" tepkisine yol açan kutsal kahveci, Cibali Kampüsü'ne renk katan mekânlardan sadece birisi."



Çaydan çok kahve tüketen Y kuşağının buluşma noktası Starbucks, büyük şehirlerdeki AVM, meydan ve en hareketli caddelerin yanı sıra üniversite kampüslerini tercih ediyor. Bugün Trabzon başta olmak üzere Anadolu'nun birçok şehrinde bile Starbucks şubesi bulunmazken; bu markayı İstanbul, Ankara, İzmir ve Mersin'deki birçok üniversitenin kampüsünde görüyoruz.

Son olarak, markalar için kampüsler ve üniversitelerin etrafı stratejik öneme sahip. Kampüslerde yer almanın yollarını arayan markalar, üniversite güzergâhındaki meydan, cadde ve sokaklarda da şubeler açarak büyümelerini sürdürüyor.

ÖĞRENCİLER NE DİYOR?

Berk Kerem Bilgili (İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi 3. Sınıf Öğrencisi): Kahveyi çok seven biriyim. Bazı kahve türlerine karşı özel bir ilgim var. Bir çeşit hobi benim için. Kampüste bulunan markalı kahve mağazaları sayesinde bu hobimi tatmin edebilme imkânı buluyorum. Benim açımdan çok güzel bir durum.

Mehdi Bashiri (İstanbul Aydın Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi 3. Sınıf Öğrencisi): İranlı olmama rağmen Türkiye'de en çok sevdiğim şey simit. Üniversitemizde de marka bir simit kafe var. Bu sayede hem en sevdiğim yiyeceğe çok daha rahat ulaşıyorum hem de kaliteli ve güvenilir ürün yiyebiliyorum. Özellikle sabah dersten önce yediğim sıcacık ve çıtır çıtır simitleri asla unutmayacağım.

KOCATEPE, BAŞKA KAMPÜSLERDE DE YER ALMAK İSTİYOR

Kocatepe 1949 Kahve Evi, Ankara merkezli bir marka. Başkent ile birlikte 17 şehirde 40'a yakın şubesi bulunan Kocatepe, şu an kampüs olarak sadece Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde (ODTÜ) hizmet veriyor. Fakat markanın hedefi, daha fazla kampüste yer almak. Kocatepe 1949 Kahve Evi Reklam Müdürü Alper Türkoğlu, şimdilik sadece ODTÜ'de yer aldıklarını, kampüslerdeki uygun yatırım alanlarını değerlendirmek istediklerini söylüyor.

ODTÜ'ye sabit bir kira bedeli ödediklerini ifade eden Türkoğlu, işlerinin de hedeflerine uygun olduğunu dile getiriyor. Hem öğrencilerden hem de üniversite yönetiminden her zaman pozitif yorumlar aldıklarını belirten Alper Türkoğlu, "Kampüs içerisinde çok daha uygun fiyatlar ve pratik ürün gruplarıyla öğrencilere hizmet veriyoruz." diyor.



KAMPÜSLERDEKİ BAZI MARKALAR

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ: Burger King, Subway, EspressoLab, KasapDöner, Starbucks, Casarole, Lavazza, Simit Tadında
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ: Papaz, Lokma, PiGastro, Şütte, Cafe Nero, Santraldükkancafe, Hair Craft, EspressoLab
SABANCI ÜNİVERSİTESİ: Gratis, PiGastro, Piazza Cafe, Starbucks, Şok Market, Köpüklü Kahve
KOÇ ÜNİVERSİTESİ: Migros, Divan Cafe, Yurtiçi Kargo, Caffe Nero, Özsüt, Lokma, Pişti Dürüm
KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ: Starbucks, EspressoLab, PiGastro
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ: Zilli Öküz, Yemen Kahvesi, Simitmanya, Sokak Kahvecisi
İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ: EspressoLab, Burger King
MARMARA ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ: Starbucks, EspressoLab
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
BİLKENT ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
ORTADOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ: Starbucks, Kocatepe 1949 Kahve Evi
TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
MERSİN ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ: Starbucks
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSETİSİ: EspressoLab, Dunkin' Donuts, Rumeli Börekçisi, Wonderland

KAMPÜSLERE ÖZEL ÖNEM VERİYORUZ

TAB Gıda Pazarlama Genel Müdürü Seçil Kurdoğlu, Burger King ile ilgili sorularımızı cevapladı:

Kampüslerde Burger King'i de görüyoruz. Bu durum, büyüme stratejinizin bir parçası mı?

Türkiye, genç ve dinamik nüfusa sahip bir ülke. Genç potansiyelinin yüksek olması, artan yüksek öğretim talebi ve açılan üniversiteler, beraberinde yeme-içme ve sosyal alanlara da etki etmeye başlıyor. Bu durum özellikle hızlı servis restoranlarına olan ilgiyi artırıyor. Gençler, özellikle hızlı, kaliteli ve doyurucu ürünlere daha çok talep gösteriyor. Biz de gençlerin en çok bulunduğu yerlerden biri olan üniversite kampüslerine özel bir önem veriyoruz. Bu hem bizi hem de gençleri memnun eden bir gelişme.

Üniversite gençliğiyle ilgili projeleriniz ve hedefleriniz var mı?

Gençlerin ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda menülerimizi zenginleştiriyoruz. Onların ağız tadına uygun lezzetli ürün ve menü alternatiflerimizi sunuyor, beklentilerine göre her gün kendimizi yeniliyoruz. Bu yenileme üniversite gençliğinin gelip oturduğu restoran ortamından yiyecek, içecek ve dijital uygulamalara kadar geniş bir yelpazeyi kapsıyor.


Seçil Kurdoğlu

Kampüslerdeki şubelerinizle ilgili öğrencilerden ne gibi dönüşler alıyorsunuz?

Çok olumlu geri dönüşler alıyoruz. Bize faklı ürünlerimizle ilgili birçok geri bildirimde bulunuyorlar. Bu da bizim sadece üniversitelerde değil, gençlerin bulunduğu farklı noktalarda da kendimizi geliştirmek için bir fırsat yaratıyor. Sosumuzdan ürünlerimize, restoranlarımızdan dijital uygulamalarımıza kadar birçok yenilikçi fikrin çıkmasına da katkı sağlıyorlar.

ÖKÜZ BURGER KAMPÜSLERDE DE OLACAK


Mustafa Uver

"ANNE KÖFTESİ TADINDA BURGER LEZZETİ" SLOGANIYLA HIZLA BÜYÜYEN BİR MARKA ÖKÜZ BURGER. MARKANIN YARATICISI MUSTAFA UVER, İSTANBUL, İZMİR, BURSA, ADANA GİBİ BÜYÜK ŞEHİRLERDE HIZLA ŞUBELEŞTİKLERİNİ BELİRTEREK ÜNİVERSİTE KAMPÜSLERİNDE DE OLMAYI HEDEFLEDİKLERİNİ SÖYLÜYOR.

Öküz Burger yola ne zaman çıktı, kısa sürede adından söz ettirmeyi nasıl başardı?

2004'te Zürich'te başladı Gastronomi yolculuğumuz. 2017'de Avrupa'daki birikim ve tecrübelerimiz ışığında Türkiye'de de faaliyet göstermeye başladık. Gerçek anne köftesi lezzetini ilk Isparta'da burger severlerle buluşturduk. Geliştirdiği yüzde 100 katkısız gerçek anne köftesi lezzetini ve tüm menülerinde geçerli sınırsız içecekle birlikte homemade konseptini alışveriş merkezlerinde en doğru şekilde yaparak uluslararası burger markalarına rakip gösterilen bir marka olduk. Öküz Burger olarak sağlıklı, doyurucu ve hesaplı lezzetlerimizi müşterilerimizle buluşturmaya devam ediyoruz.

Hangi şehirlerde şubeniz var? AVM konseptinde hizmet veriyor musunuz?

İlk şubemizi Çanakkale 17 Burda AVM'de açtık. AVM'lerde şubeleşmeye devam ediyoruz. İstanbul, Kırıkkale, Çorum, Edirne, Balıkesir illerinde açılmış ve yapım süreci devam eden şubelerimiz var.

Ürünlerinizde fark yaratan unsurlar nelerdir?

Kendi çiftliğimizin ürünlerini özel reçetemizle günlük ve taze olarak katkısız şekilde sunuyoruz.

ÜNİVERSİTELER LEZZET VE HİZMET KALİTEMİZİ ARTIRIR

Şube açmak için herhangi bir üniversiteyle görüşme yaptınız mı?

Mevcut şubelerimizin olduğu şehirlerdeki üniversitelerden gelen taleplere ve ilgiye bakarak değerlendirmeler yapıyoruz; ancak netleşmiş bir üniversite yok şu an için.

Bir üniversite kampüsünde yer almanın firmanıza ne gibi avantajlar sağlamasını bekliyorsunuz?

Yenilikçi ve genç bir marka olarak üniversite kampüslerinde olmak, öğrenci arkadaşlarımızla daha iç içe bir ortamda onların isteklerine daha iyi cevap vermek hedefimiz. Oralarda olmamız lezzet ve hizmet kalitemizi artırmamızı sağlayacaktır.



MARKAMIZ İSMİYLE DE SEMPATİ TOPLUYOR

Peki, rakiplerinizden ayrışmak ve markanın tercih edilebilirliğini artırmak için ne gibi farklar yaratıyorsunuz? Ürün ve hizmet farklılıklarınız neler?

Ürünlerimiz fabrikasyon olmadığı gibi gerçek anne köftesi lezzetini sınırsız içecek, sınırsız ev yapımı sos konseptiyle birleştiriyoruz. Markamız ismiyle de sempati topluyor.

Yakın zamanda nerelerde şube açmayı düşünüyorsunuz? Gelecek plan ve yatırımlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Yapım süreci devam eden İstanbul, İzmir, Bursa, Adana, Konya şubelerimizin yanı sıra franchise görüşmeleri devam etmekte olan illerimiz de bulunuyor. Yerli bir marka olan Öküz Burger ülkemizde uluslararası markalara rakip olarak kendini konumlandırmış durumda.

Son dönemlerde üniversite kampüslerinde şube açan birçok firma görüyoruz. Sizin de bu yönde bir projeniz var mı?

Üniversite kampüslerinde olmayı ve daha fazla genç arkadaşımızla lezzetimizi buluşturmak istiyoruz. Geleceğe yönelik çalışmalarımız arasında üniversiteler de bulunmakta.

TAB GIDA FRANCHISE SİSTEMİYLE BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

TAB Gıda, franchise sistemiyle çatısı altında hizmet veren Burger King, Popeyes, Sbarro, Arby's ve Usta Dönerci markaları için yatırımcılarına anahtar teslim işletme seçeneği sunuyor.

TAB Gıda bünyesinde Burger King 1995, Popeyes ve Sbarro markaları ise 2007 yılında faaliyete geçti. 2010'da Arby's'i bünyesine katan TAB Gıda, 2013'te de kendi markası olan Usta Dönerci'yi kurdu. Bugün Türkiye'de binden fazla restoranla hizmet veren TAB Gıda, hızlı servis restoran zinciri sektöründe 24 yıllık tecrübesiyle sektörün lideri konumunda.

TAB Gıda, franchise sistemiyle çatısı altında hizmet veren Burger King, Popeyes, Sbarro, Arby's ve Usta Dönerci markaları için yatırımcılarına anahtar teslim işletme seçeneği sunuyor. Burger King'in Türkiye'de faaliyet gösteren 600'den fazla restoranı içinden 200'den fazlası franchise olarak hizmet veriyor. Burger King'in yanısıra 80'e yakın Sbarro, 190'dan fazla Popeyes, 60'tan fazla Arby's ve 120'den fazla Usta Dönerci restoranı bulunan TAB Gıda, yatırımcılarına sunduğu avantajlı franchise fırsatlarıyla sektöre yön veriyor.

YATIRIMCILAR TAB GIDA EKOSİSTEMİNDEN FAYDALANIYOR

Sektörde üretimde de oldukça iddialı olan ve hızlı restoran zinciri kategorisinde dünyada eşi görülmemiş bir gıda ekosistemi kuran TAB Gıda, franchise yatırımcılarına salata, ekmek ve patates fabrikalarıyla da ciddi fırsatlar sunuyor. Yatırımcılar, TAB Gıda'nın 24 yıllık tedarik zinciri yönetimi, operasyonel ve pazarlama tecrübesiyle satın alma gücünden faydalanırken; aynı zamanda TAB Gıda için yapılan üretim yatırımları hem inovatif ürünlerin daha kısa sürede geliştirilip müşterilere sunulmasını mümkün kılıyor hem de yatırımcılara satın almada ciddi avantajlar sağlıyor.

TAB Gıda Franchising Müdürü İlhan Erkan, "Franchise sistemimiz ülke çapında hızla büyümeye devam ederken; önümüzdeki dönemde özellikle Türkiye'nin en büyük tavuk restoran zinciri Popeyes ve kendi markamız Usta Dönerci daha çok franchise yatırımı yapılmasını beklediğimiz markalar olarak öne çıkıyor. Özellikle Usta Dönerci markasına yatırımcılardan büyük ilgi görüyoruz." diyor. İlhan Erkan, kontrollü büyüyerek risk almak istemeyen girişimci yatırımcıları beklediklerini söylüyor.



İlhan Erkan

FRANCHISE BEDELLERİ 250 BİN DOLARDAN BAŞLIYOR

TAB Gıda markalarında yatırım maliyeti restoranın yerine, tipine, bulunduğu konuma ve büyüklüğüne bağlı olarak değişiyor. Bununla birlikte franchise yatırımları Burger King için 500 bin dolar+KDV, Popeyes için 400 bin dolar+KDV, Sbarro için 250 bin dolar+KDV, Arby's için 400 bin dolar+KDV, Usta Dönerci için ise 250 bin dolar+KDV'den başlıyor.

TAB Gıda yatırımcılara iki ayrı opsiyon sunuyor. Birinci opsiyon AVM dışında yer alan restoranları kapsıyor ve yatırımcılar dilerse inşaat ve ekipman yatırımını kendileri üstleniyor. İkinci opsiyonda ise yatırım tamamen TAB Gıda tarafından yapılarak anahtar teslim modeliyle hayata geçiriliyor.



HADİ İSKENDER YİYELİM, **HD İSKENDER YİYELİM!**

HD İskender, HD Döner ve Pidem markalarıyla Türkiye'nin en büyük yerli restoran zinciri olan HD Holding, 2018'de HD İskender markası için hazırladığı kampanyası ile kebap severlere hakkıyla yapılmış iskenderi anlatıyor.


Kaan Demirağ

2017 yılında şirket gelişimi adına başarılı çalışmalara imza atan HD Holding, 2018 yılında Türkiye'nin farklı illerinde açacağı yeni restoranlarıyla daha fazla misafire ulaşmayı planlarken, 2023 yılında ise tüm markaları ile toplam 500 restorana ve 6 bin 500 çalışana ulaşarak büyümeyi hedefliyor.

HD Holding Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Demirağ, "HD Holding olarak kurumsal kimliğimizi yeniledik. Sahip olduğumuz markaları, 'HD Holding' çatısı altında topladık. Tüm markalarımızın, Türk yemek zinciri denince akla ilk gelen ve en güvenilir markalar olmasını sağlamak istiyoruz. Yaptığımız her yatırıma uzun soluklu yatırımlar olarak bakıyoruz. Sadece HD İskender markamızla değil, HD Döner ve Pidem markalarımızla da yeni yatırımlar yapmaya devam ederek büyümeye devam edeceğiz" dedi.

HD İSKENDER "HADİ İSKENDER YİYELİM" KAMPANYASI İLE YAYINDA

Dışarıda hakkıyla yemek yeme deneyimini ulaşılabilir kılan, 23 yıllık restorancılık tecrübesi ile Türkiye'nin köklü markalarından olan HD İskender, yeni reklam kampanyası "Hadi İskender Yiyelim" ile yayına girdi.

HD İskender'in yeni reklam kampanyasında, genç, yaşlı, anne, çocuktan oluşan, birbirinden bağımsız bir grup insanın dışarıda iyi bir yemek yeme deneyimine; İskender ve HD İskender hakkındaki sohbetlerine yer veriliyor. Reklam filminde, "Hadi İskender Yiyelim, HD İskender Yiyelim" sloganıyla, iskenderi hakkıyla ve ritüellerine uygun yeme deneyimi aktarılırken, markanın bilinen ve sevilen özellikleri izleyiciye anımsatılıyor. Filmde ayrıca, iskenderin lezzeti, kalitesi, uygun fiyatlı oluşu ve insanların HD İskender'i neden tercih ettikleri de aktarılıyor.

Farklı yaş gruplarındaki hedef kitleleri ele alan filmde, dışarıda hakkıyla yemek yemek isteyenlerin aklında oluşabilecek tüm sorulara cevap verilirken, 1 porsiyon iskenderin 17,99 TL'lik uygun fiyatına ve lezzetine dikkat çekiliyor. Reklam filminde kullanılan, "Sadece dana eti, yüzde 100 usta eli, yılların HD İskender'i" söylemi ile etin kalitesi, ustasının yetkinliği ve yılların restorancılık deneyimi öne çıkarılıyor.

Yeni reklam kampanyası ile daha önce hiç tanışmadıkları misafirleri restoranlarında ağırlamayı hedeflediklerini belirten HD Holding Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Demirağ, "HD Holding olarak misafirlerimize, HD İskender, HD Döner ve Pidem markalarımızla 23 yıldır, 200'e yakın noktada hizmet veriyoruz. HD İskender markamızı herkes tanısın, denesin istiyoruz. Yeni kampanyamız ile hedefimiz, herkesin ulaşılabilir fiyata, hakkıyla, geleneklerine uygun, kaliteli ve lezzetli iskender yemesini sağlamak" şeklinde konuştu.

YILIN 'EN İYİ RESTORANI' SEÇİLDİ

Ocak ayında gerçekleştirilen Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) tarafından geleneksel olarak düzenlenen ve perakendenin enlerinin ödüllendirildiği '1 Numaralı Markalar' Ödül Töreni'nde HD İskender, halk oylaması sonucunda 'Türkiye'nin 1 Numaralı Restoranı' ödülüne layık görüldü.





ÇNK'S ÖKÜZ BURGER

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK
YERLİ HAMBURGER MARKASI
ŞEHRİNE GELİYOR ...



SINIRSIZ İÇECEK
GERÇEK ANNE KÖFTESİ
WWW.OKUZBURGER.COM

FRANCHISE
BAŞVURUSU

444 17 73

Bereket Döner ilk 500'e 'Holding' olarak girecek



Muhammet Nezif Emek

Bereket Döner, 'holding' yapılanmasıyla 2019'da Türkiye'nin en büyük ilk 500 sanayi şirketi içinde yer almaya hazırlanıyor. Firma, bu süreçte kurumsal altyapısını her yönüyle tamamlamış olarak dünya devleri arasında da yerini almak için güçlü adımlarla ilerliyor.

GLOBAL ŞİRKETLERLE REKABET GÜCÜNÜ ARTIRACAK

Bereket Döner CEO'su Muhammet Nezif Emek, kurum içindeki yeni yapılanmanın ve holdingleşme sürecindeki yatırımların 2018 yılı içinde tamamlanacağını belirterek global rekabet gücünü artırmak için sürdürülen çalışmaları anlattı. Emek, Bereket Döner'in, kurumsal yapısının önemli atamalarla güçlendirildiğini belirterek şunları söyledi:



"Hep birlikte büyük emek ve gayret göstererek 2017 yılını sektör ve şirketimizin gelişimi adına başarılı sonuçlarla tamamladık. Geçtiğimiz yıl birçok alanda çok sayıda rekor kırmış olmanın mutluluğunu bolca yaşadık. Şimdi aynı inanç ve yükselen enerjimizle 2018 yılına başladık."

BEREKET DÖNER TÜRKİYE'NİN İLK 500'Ü İÇİNDE YERİNİ ALACAK

"2018 bizim için çok özel bir yıl olacak. 2019 yılında Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşu listesine dahil olmayı hedefliyoruz. Tüm oluşum ve yatırımlarımıza hız vererek 2018 yılında bu hedefimizi gerçekleştirmek adına tüm gayretimizle çalışacağız. 2019 yılına Holding yapısı kurulmuş, kurumsal altyapısı tamamlanmış, tüm süreçleri oturmuş bir yapıyla girmek için tüm yapılanmayı kurguladık. Helal ve güvenilir gıda üreticisi Bereket Döner'in hedefi global devlerle anılıp Türk Döneri'nin Dünya'daki ününü ve gücünü artırmaktır."

KURUM VE YÖNETİM YAPISINDA ÖNEMLİ TRANSFER VE ATAMALAR

Bereket Döner, holdingleşme sürecinde yönetim kurulu ve icra kurulu yapısını da güçlendirdi. Kasım ayında başarılı bir transfer ile Bereket Döner'e katılan Mustafa Hilmi Tunç İcra Kurulu Başkan Yardımcısı görevine getirildi. Tunç, Ülker Grubu Mali İşler Müdürlüğü ve Direktörlüğü ile başlayan profesyonel başarı öyküsünde, Turyağ, Ak Gıda, Aytaç ve Akdeniz Toros'ta da uzun yıllar CFO olarak devam etmiş ve 2017 kasım ayında Bereket ailesine katılmıştı.

Yeni Yönetim Kurulu ile gücünü artıran şirket; Hayrettin Taşkıran'ın Yönetim Kurulu Başkanlığı'nda Muhammet Nezif Emek Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak yer alırken, üyeliklere Fatih Taşkıran, Mustafa Hilmi Tunç, Ahmet Aksoy ve Fehmi Dalgıç atandı.

Bereket Döner'in holdingleşme sürecinde aktif görev alacak yeni İcra Kurulu da belli oldu. Muhammet Nezif Emek başkanlığındaki İcra Kurulunda; Mustafa Hilmi Tunç İcra Kurulu Başkan Yardımcısı, Ahmet Aksoy, Fehmi Dalgıç, Engin Damla ve Nihat Özbey İcra kurulu üyesi olarak atandılar. İcra Kurulu Genel Sekreterliği görevine ise Hüseyin Girgin atandı.

İKİ YENİ İŞTİRAK DAHA GRUBA DAHİL EDİLDİ

Bereket Döner, holdingleşme sürecinde, sektörde yenilikçi vizyonuna uygun, iki yeni iştirakle birlikte yapısını daha da güçlendirdi.

Şirkete ait merkez restoranların yönetimi için Beser Restoran Hizmetleri A.Ş. kuruldu ve şirketin yönetimi İsa Taşkıran'a teslim edildi.

Tüm restoran konseptlerine mimarlık hizmetleri vermek ve konsept kurguların da güçlendirmek adına Projet Mimarlık A.Ş. kurularak faaliyete başladı. Projet Mimarlık A.Ş. Genel Müdürlüğü'ne ise Murat Erin getirildi.



McDonald's'a üç ödül birden

McDonald's'ın 'Oyun karın doyurmaz' diyenlere inat oyun severler için hazırladığı Gamer Menü, MIXX Uluslararası Marketing and Interactive ExcellenceAward's'ta 3 ayrı kategoride 3 ödül aldı. McDonald's Gamer Menü, 'Lansman Kampanyaları', 'Sosyal Pazarlama (WOMM)' ve 'Dijitalde Influencer Yoluyla Pazarlama' kategorilerinde 2 gümüş ve 1 bronz ödül kazandırdı.

McDonald's'ın her zaman müşterisinin beklentileri ve alışkanlıkları doğrultusunda onlara uygun ürünler sunduğunun altını çizen McDonald's Türkiye Pazarlama Direktörü Elif Göktaş, "Dijital dünyada oldukça aktif olan 18-30 yaş arası gençlerin en sevdiği markalardan biriyiz. McDonald's olarak tüketicimizi yakından tanımanın önemine inanıyor ve bu konuda araştırmalar yapıyoruz. Bu araştırmaların ışığında doğan Gamer Menü'yle aldığımız iki gümüş ve bir bronz ödül, dijital dünyada ses getirdiğimiz kanıtı oldu" dedi.

ÜRÜN VE HİZMETLERİN YÜZDE 98'İNİ TÜRKİYE'DEN TEMİN EDİYOR

Dünyanın en değerli markalarından olan ve Türkiye'de ilk restoranını 1986 yılında açan McDonald's, 2005'ten bu yana Anadolu Grubu (Anadolu Endüstri Holding) çatısı altında faaliyet gösteriyor. McDonald's, bugün yaklaşık 260 restoranı ve 6 bin civarında çalışanıyla yılda 100 milyon kişiye hizmet veriyor. McDonald's, sunduğu ürün ve hizmetlerin yüzde 98'ini Türkiye'de üretim yapan tedarikçilerden temin ediyor.



MCDONALD'S TÜRKİYE, ULUSLARARASI MARKETİNG AND INTERACTIVE EXCELLENCE AWARDS'DAN 3 AYRI ÖDÜLLE DÖNDÜ. MCDONALD'S 'GAMER MENÜ' KAMPANYASI İLE 2 GÜMÜŞ VE 1 BRONZ ÖDÜLÜN SAHİBİ OLDU.



Hollandalılar Türkiye'yi özledi

HOLLANDA VE TÜRKİYE ARASINDAKİ TURİZM İLİŞKİLERİ YENİDEN CANLANMA EĞİLİMİNE GİRDİ. TURİZMCİLER, "HOLLANDALILAR TÜRKİYE'Yİ ÖZLEDİ" SLOGANIYLA TANITIMLARA BAŞLARKEN; TÜRKİYE OTELCİLER BİRLİĞİ, BU YIL HOLLANDALI TURİST SAYISINDA YÜZDE 20 CİVARINDA ARTIŞ BEKLENDİĞİNİ AÇIKLADI.



Hollanda ve Türkiye arasında siyasi ilişkiler henüz tam olarak düzelmese de Hollanda turizm pazarı normalleşme yoluna girdi. Hollanda pazarına yönelik çalışan turizmciler, "Hollandalılar Türkiye'yi özledi" sloganıyla tanıtımlara başlarken, Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) bu yıl bu pazarda yüzde 20 civarında artış beklendiğini açıkladı.

TÜROB, Hollandalı turistlere yönelik mevcut durumu ve öngörülerini, hazırladığı bir raporla ortaya koydu. Raporda, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, 2016 yılında ülkemizi ziyaret eden Hollandalı sayısı 906 bin iken, 2017'de yüzde 12'lik düşüşle bu sayının 799 bin kişi olduğu hatırlatıldı. 2017 yıl sonu verilerine göre, İstanbul'a gelen Hollandalı turist sayısı ise 253 bin olurken, bir önceki yıla göre yüzde 2.7 düşüş gözlendi.

TÜRKİYE 6. SIRADA

TÜROB'un raporunda, Hollanda'nın en önemli tur operatörlerinden Corendon'un kısa süre önce gerçekleştirilen Utrecht Turizm Fuarı süresince Türkiye satışlarını öne çıkardığı belirtildi. Raporda, Corendon'un çıkarmış olduğu yayınında da "Türkiye geri döndü" başlığı ile Hollandalıların son iki yıldır Türkiye'yi, Türkiye denizlerini, 'Her Şey Dahil' sistemini ve hizmet kalitesini özlediklerini vurguladığına dikkat çekildi.

2016 yılında Hollandalıların 17.9 milyon yurt dışı seyahati gerçekleştirdiği ve toplam 12.6 milyar Euro harcama yaptığı kaydedilen raporda, Hollandalıların tercih ettikleri destinasyonların ise Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, Yunanistan ve Türkiye olarak sıralandığına dikkat çekildi.

HER BÖLGE AYRI TANITILMALI

Raporda, Hollanda'nın Türkiye açısından özellikle güney kesim destinasyonları için önemli bir pazar olduğu, ancak kültür ve iş turizmi için İstanbul'un potansiyelinin verimli kullanılamadığına dikkat çekildi. Raporda, özellikle büyük hacimli fuarlarda, tedarik eden katılımcı sayısı gözetilmeksizin İstanbul, Kapadokya, Antalya gibi destinasyonların bir marka olarak ayrıca tanıtımının sağlanması gerektiği ifade edildi. Ülkemize gelen yabancı ziyaretçiler arasında Hollanda'nın pazar payının yüzde 2.4 olduğu da belirtildi.

YILLARA GÖRE HOLLANDALI TURİST SAYISI

Yıllar	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Türkiye	1.273.593	1.312.466	1.303.730	1.232.487	906.336	799.006
İstanbul	260.284	284.748	298.959	302.283	260.931	253.805







KENDİ SEKTÖRLERİNDE LİDER İŞLETMELERE HİZMET VERİYORUZ


Özcan Men

AYZER DÖKÜM FABRİKA MÜDÜRÜ ÖZCAN MEN, "FİRMAMIZ BUGÜN KENDİ SEKTÖRLERİNDE LİDER KONUMDA OLAN İŞLETMELERE HİZMET VERİYOR. 2018'DE CİRO BAZLI OLARAK YÜZDE 20 BÜYÜME HEDEFLİYORUZ." DİYOR.



Döküm denince akla ilk gelen firmalardan biri Ayzer Döküm. Saatte 3 ton sıvı metal kapasitesine sahip ve toplam 2 bin 400 metrekare kapalı alanda faaliyetlerini sürdürüyor. Ayzer Döküm Fabrika Müdürü Özcan Men ile faaliyetlerini ve 2018 hedeflerini konuştuk.

Ayzer Döküm'ün hikâyesini kısaca öğrenebilir miyiz?

Ayzer Döküm, 2004 yılında, şu an bulunduğu alanda Makine Mühendisi Kerim Keçebir tarafından kuruldu. Fakat firmanın geçmişi, 1977 yılına kadar uzanıyor. Çünkü Kerim Bey, daha önceleri farklı dökümhanelerde ortaklıklar yaparak meslek hayatını bu sektörde geçirmiştir. Ayzer Döküm yetişmiş ve tecrübeli kadrosu sayesinde herkesin yapamadığı kalite beklentisi yüksek, üretimi zor olan parçalar yapmaktadır.

Firmanız bugünlere nasıl geldi?

Sanayi ve üretim, gerçekten bir tutkudur. Biz bu tutkuyla bugünlere geldik. Şekilsiz demir cevherini proseslerin sonunda arabanızın bir parçası haline getirebilmek ve bunu günlük hayatta kullanılan araçların üzerinde görmek insana farklı bir haz yaşatıyor gerçekten. Biz bu tutkuyu babamızdan devraldık ve geliştirerek devam ediyoruz.

RİSKİ DAĞITIP FARKLI ALANLARA YÖNELDİK

Bu sektörde hızla büyümeniz sizi farklı alanlara yöneltti mi?

41 yıldır üreten ve ülke içinde nitelikli işleriyle öne çıkan bir fabrikanın zaman içerisinde sadece dikey büyümeyle değil, farklı alanlara da yayılarak yatay büyümeye geçmesinin daha sağlıklı olacağı kanısıyla, önce gayrimenkul ya-

tırımlarına, ardından da son yedi yıldır faaliyet gösterdiğimiz çocuk oyun alanları ve bowling salonları işletmeciliğine başladık. Bir yerine üç ayrı alanda faaliyet göstermek öncelikle riski dağıtmaya, ardından da büyüyebileceğiniz alternatif alanlara ulaşmanızı sağlıyor.

Fabrikanızın büyüklüğü, kapasitesi ve üretimlerinden bahseder misiniz?

Ayzer Döküm, saatte 3 ton sıvı metal kapasitesine sahip. Toplam 2 bin 400 metrekare kapalı alanda 70 çalışanıyla faaliyet gösteriyor. FBO Sinto kalıplama makinamız var ve saatte 90-110 adet kalıplama yapabiliyoruz. Firmamız aylık 500 ton üretim kapasitesine sahip. Şu an bunun yüzde 90'ını kullanıyoruz.

En çok hangi sektörlere yönelik üretimler yapıyorsunuz?

Başta otomotiv sektörü olmak üzere vana, pompa, tarım makinaları ve makina sektörlerine yönelik üretim yapıyoruz. 1 kilodan 80 kiloya kadar tek parça üretimi yapılabilmektedir. Firmamız bugün kendi sektörlerinde lider konumunda olan işletmelere hizmet veriyor. Ayzer Döküm; hidrolik valf gövdesi, ağır vasıta silindir kapağı, ticari araç ve otomobil direksiyonu, ön takım ekipmanları, poyra ve yüksek basınç altında çalışan makine parçaları üretmektedir.

Ayzer Döküm olarak kalite standartlarınız neler?

Ayzer Döküm olarak kalite sistem çalışmalarına önem veren bir



işletmeyiz. Firmanın sahip olduğu belgeler ISO/TS 16949:2009, ISO 9001:2008, BS OHSAS 18001:2007, ISO 14001:2004 +Cor1:2009 ve AD Merkblatt WO belgeleridir. Halihazırda da IATF 16949 kalite sistemine geçmek için çalışmalarımız devam etmekte. Mayısta belgelendirme denetimi yapılacak. Firmamız, kalite beklentileri yüksek olan, kendi alanlarında marka değeri yüksek işletmelerle çalışıyor. Birçoğuna direkt montaja parça vermektedir. Bu başarının arkasında da firmamızda dökümantasyon çalışmaları ön planda olup her parça bazında üretim detayları yazılı haldedir. Üretim, kontrol ve ambalaj bu dokümantasyona uygun olarak yapılmaktadır.

Hammaddeyi nereden alıyorsunuz?

Hammadde kaynaklarımız Rusya, Ukrayna, Avrupa ve Çin menşeili firmalardır.

AYZER DÖKÜM PROFESYONELCE YÖNETİLİYOR

Ayzer Döküm, bir aile şirketi. Yönetim ve işleyiş hakkında bilgi verebilir misiniz? Bir kişi öne mi çıkıyor yoksa kararlar ortak mı alınıyor?

Ayzer Döküm her ne kadar bir aile şirketi olsa da profesyonel bir yönetim anlayışıyla idare edilmektedir. Şirketimize ait aile anayasası oluşturulmuş ve etkin bir şekilde uygulanmaktadır. Kararlar ilgili toplantılarda detaylıca tartışılmak suretiyle alınıyor. Karar alındıktan sonra herkes alınan kararın arkasında durmak suretiyle eksiksiz ve etkin bir şekilde uygulanması için mücadele veriyor.

TECRÜBELERİNE GÜVENİLEN BİR FİRMAYIZ

Sektörün genel durumu ve Ayzer Döküm'ün sektördeki yeri hakkında bilgiler verebilir misiniz?

Sektör özellikle son yıllarda giderek büyüyor. Gerek dünya gerekse Avrupa çapında giderek ülkemizin üretim payı artmaktadır. Ülkemizde birçok firma kapasite artırmak için hızla yatırım yapıyor. Döküm sektörü ileriki yıllarda daha da önem arz edecek. Ülkemizdeki kalifiye eleman sayısı ve kalite seviyesi de yükselmektedir. Bugün birçok malzeme grubunda dünya çapındaki firmalarla yarış halindeyiz. Ayzer Döküm, hacim olarak orta ölçekli bir işletme görünümünde olmasına rağmen sektörde bilinen ve tecrübelerine güvenilen bir firma konumundadır. Üretimimizin yüzde 80-85'i müşterilerimiz tarafından işleme ve benzeri proseslerden sonra yurt dışına ihraç edilmektedir.

2017, şirketiniz için nasıl geçti? Hedeflerinizi yakalayabildiniz mi?

Siyasi belirsizlikler nedeniyle biraz kaygılı başlansa da birkaç ay içerisinde sektörde çok ciddi iş hacimleri oluştu. Özellikle şirketimize büyük talepler geldi. Kapasite olarak fazla yeni iş alamamakla beraber firmamız 2017'de yüzde 21 büyüme sağladı.

2018 ile ilgili hedefleriniz neler?

Ayzer Döküm, ciro bazlı olarak 2018'de yüzde 20 büyüme hedeflemektedir. Ayrıca günümüzdeki müşteri portföyü, bitmiş ürün mantığına yönelmeye başladığı için, bizler de 2018'de döküme ilave olarak işlenmiş parça verebilmek için yatırım yapmayı planlamaktayız.

ATA CAM'DAN EL İŞİ HARİKA ÜRÜNLER



YARI MAMUL CAM ÜRÜNLERİNİ TASARIMLARIYLA SANATA DÖNÜŞTÜREN ATA CAM, 34 ÜLKEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİYOR. FİRMA YETKİLİSİ ŞİNASİ KACAR, "CAM DEKORASYON ÇALIŞMALARINI ATÖLYELERİMİZDE TAMAMEN EL İŞÇİLİĞİYLE GERÇEKLEŞTİRİYORUZ." DİYOR.

Yaklaşık 14 yıl önce hizmet vermeye başlayan Ata Cam, Türkiye'de üretilen yarı mamul cam ürünlerini boyama ve süslemeyle dekoratif hale getiriyor. Geniş ürün yelpazesindeki serileri dünyada daha çok yere sunma hedefi bulunan firmanın ürünleri, el işi olarak hazırlanıyor.

Kaliteli ürün ve hizmeti düşük fiyatlarla sunma hedefi bulunan Ata Cam, cam aksesuar dışında mutfakta da kullanılabilen cam objeleri dekoratif hale getiriyor. Firmanın ürün yelpazesinde Amerikan servis, kek servisleri, çerezlik grupları, fincan takımları, çay setleri, zemzem takımları gibi ürünler bulunuyor.

Dekorasyonda dekoratif boya, sınırlı süsleme gibi malzemelerden yararlanan firma, aynı zamanda Swarowski, gümüş, altın suyu gibi materyaller de kullanıyor. Yarı mamul cam ürünlerini tasarımlarıyla sanata dönüştüren firmanın yetkilisi Şinasi Kacar, "Cam dekorasyon çalışmalarını atölyelerimizde tamamen el işçiliğiyle gerçekleştiriyoruz. Özel üretim de yapıyoruz. Biz insanların ne istediğini ve sektörü takip ediyoruz. Sürekli konsept değiştiriyoruz ve ürünlerimizi sürekli yeniliyoruz" diyor.

Ata Cam'ın İstanbul İstoç'taki showroom'u üç katta konumlanmış durumda. Bir katı yönetim departmanı olarak ayrılan binada farklı konseptler müşteriye sunuluyor. Toptan hizmet verdiklerini ve kaliteli malzemeler kullandıklarını belirten Kacar, "Ata Cam olarak ucuz ve kalitesiz ürünlerden sakınmaya çalışıyoruz. Amacımız kaliteli ürün satmak, uygun fiyata daha geniş kitleye hitap etmek" açıklamasında bulunuyor.

Müşteriyle kurulan ilişkilerin güvene dayalı olması prensibini benimsediklerini dile getiren Kacar, "Ürünlerimiz boyalıdır. Fırınlanıyor. Bazı ürünlerin elde yıkanması gerekiyor. Kimi ürünlerimiz makinaya atılabiliyor. Bazıları kesinlikle atılmamalı. Gümüş kaplama ürünlerimiz var. Bu ürünler daha hassas ürünler. Biz bunları müşteriye açıkça söylüyoruz ve öyle satıyoruz. Bu ürünün boyası çıkmaz diyorsak bunun garantisini müşteriye veriyoruz" diyor.

34 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Aralarında Brezilya, Sırbistan, Kosova, Bulgaristan ve Arap Yarımadasını'nın yüzde 80'inin de bulunduğu ülkelere ihracat gerçekleştiren Ata Cam, 2018 ve 2019'da bu sayıyı artırmayı hedefliyor. Bu yüzden müşteriyle buluşabileceği ortamları araştıran firma, yurtiçi ve yurtdışındaki fuarlara katılıyor. Türkiye pazarında yaklaşık 70 ilde var olan Ata Cam, yan sektör fuarlarını da takip ediyor. Firma yetkilisi Şinasi Kacar, "Fuarlar için ayrı ürünler tasarlıyoruz. Eski ürünlerimizi müşterilerimize tekrar tekrar sunmuyoruz. Renk ve tasarım üzerinde çalışıp değişiklikler yapıyoruz. Yeni serilerimizle fuarlarda olmaya öze gösteriyoruz" diyor.





ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİMİZİ HER GEÇEN GÜN ARTIRIYORUZ

MÜŞTERİLERİNİN ARADIĞI TÜM ÜRÜNLERİ TEK ÇATI ALTINDA SUNDUKLARINI BELİRTEN KESİMOĞLU TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUSTAFA SELİM KESİMOĞLU, İPEKÇE HOME MARKASININ ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİNİ SÜREKLİ ARTIRDIKLARINI SÖYLÜYOR.

64 yıl önce yazma ve tülbent imalatıyla yola çıkan Kesimoğlu Tekstil, bugün İpekçe Eşarp, Altınoluk Hac Umre Malzemeleri ve İpekçe Home markasıyla 3 farklı sektörde müşterilerine hizmet veriyor. Kesimoğlu Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Selim Kesimoğlu ile hem kuruluş hikâyelerini hem de İpekçe Home markasını konuştuk.

Mustafa Bey, İpekçe Home markasının hikâyesini öğrenebilir miyiz öncelikle?

Firmamız 1954'te Mehmet Kesimoğlu tarafından kurulmuştur. Şu an İpekçe Eşarp, Altınoluk Hac Umre Malzemeleri ve İpekçe Home markasıyla 3 farklı sektörde müşterilerimize hizmet veriyoruz. Şirketimiz çatısı altında yer alan bu üç marka, kendi alanlarında hem ihracat hem toptan hem de perakende kanalında çalışmalarına devam ediyor. 1954'te eşarp, yazma, tülbent imalatı ve toptancılığı yaparak başladığımız ticaret hayatımıza, İpekçe olarak güçlü ve emin adımlarla devam ediyoruz. Daha geniş ürün yelpazesi sunmak için çıktığımız bu yolda markalarımız gerek yurt içi gerekse yurt dışı pazarlarda müşterilerimizin beğenisini kazanmış durumda.


Mustafa Selim Kesimoğlu

Ev tekstili alanındaki markanız İpekçe Home'dan bahseder misiniz?

Kesimoğlu Tekstil bünyesinde büyük bir paya sahip olan İpekçe Home, kendi hazırlamış olduğu koleksiyonlar ve müşterilerinden gelen talepler doğrultusunda üretim yapmakta ve bu ürünleri son kullanıcıya ulaştırmaktadır. Bilindiği gibi ev tekstili ve dekorasyon sektörü her gün kendini yenilemekte ve yeni trendler müşterinin beğenisine sunulmaktadır. Biz de firma olarak bu trende ayak uydurmak adına hızlı ve yeniliklerle dolu birçok alternatif sunabiliyoruz. Gerek yeni koleksiyonlar gerekse farklı renk, desen ve yeni tasarımlar yaparak ürün çeşitliliğimizi her geçen gün artırıyoruz.



Hangi ürünleri üretiyorsunuz?

Ürün gamımızda şu an itibari ile ev tekstili, banyo tekstili, salon tekstili, mutfak tekstili, çeyiz tekstili, otel tekstili ve halı bulunuyor. Bu demek oluyor ki müşterilerimiz aradığı tüm ürünleri tek çatı ve tek bir marka altında bulabilir.

Şu an kaç şubeniz var?

İstanbul Güneşli'de 8 bin metrekare alana sahip depomuz bulunuyor. Ayrıca Eminönü ve Sultanhamam'da 7 şubemizle hizmet veriyoruz. E-ticaret sitemiz ipekcehome.com da müşterilerimize hizmet vermeye başladı.

Son olarak, 2018 ile ilgili projeleriniz, hedefleriniz neler?

Ülke geneline yayılmış olan pazarlama ekibimiz, her geçen gün bayi ağımızı genişleterek İpekçe Home'u Türkiye'de hızlı ve ulaşılabilir bir marka haline getirmek için çalışıyor. Türkiye'nin birçok bölgesinde corner bayilerimiz bulunmakta. Ve 20'den fazla ülkeye ihracat yapmaktayız. Her yıl katıldığımız yurt içi ve yurt dışı fuarlar bize bu aşamada büyük destek sağlıyor. Bilindiği gibi mağazacılık sektörü ülkemizde son kullanıcıya ulaşmak adına büyük önem arz ediyor. Bundan dolayı 2018 hedeflerimiz arasında İpekçe Home konsept mağazalarını hem genişletmek hem de yaygınlaştırmak var. 64 yıllık tecrübemizle hedeflerimize adım adım ulaşacağımıza inanıyor ve bunun için çalışıyoruz.

KURUMSAL HEDİYE İŞİNİ DAHA DA BÜYÜTECEĞİZ

Sektöre yeni adım atmasına rağmen kısa sürede büyüyen ve ürünlerini çeşitlendiren bir firma POE Tasarım. Firma sahibi Serhat Parlakulaş ile çalışmalarını ve hedeflerini konuştuk.

POE Tasarım'ın hikâyesini öğrenebilir miyiz?

2014 yılında fuar stand imalatıyla sektöre adım atan firmamız, 2015 yılının ikinci yarısında çizgi altı reklamlar konusunda da çalışmaya başladı. Özverili çalışmayla iş birlikteliği yapmaya başladığımız kurumların destekleriyle bugünkü durumumuza geldik. Matbaa, dijital baskı, plaket-ödül İmalatı ve kurumsal hediyeler konusunda oldukça başarılı projelere imza atma şansımız oldu. Çok ciddi ve sürekli yenilenen sektörde olmamız bizi dinamik tutuyor. Her geçen gün kapasitemizi artırarak ve kendimizi yenileyerek çalışmalarımıza yoğun bir şekilde devam ediyoruz. Bu yoğunluktan da memnunuz tabii.

Çizgi altı reklamlarla ilgili bilgi verebilir misiniz? Nedir çizgi altı reklam?

Genel anlamıyla basılı materyaller, satış noktalarında yapılan etkinlikler ve tasarımlar şeklinde ifade edilebilecek olan çizgi altı reklamcılık, sektörlerin detaylarla dolu olan marka bilinirliğinin artması sürecini kapsamaktadır. Markanın günlük hayatın içinde olması, markanın sürekli hatırlanması ve akılda yer etmesi konusunda çizgi altı reklamcılığın önemi çok büyük. Çizgi altı reklam çalışmaları daha az bütçeyle daha doğru kişilere ulaşmayı sağlar. Sürekli el altında ve göz önünde bulunan materyallerin, çok ciddi emekler ve fikirlerle ortaya çıktığını söyleyebilirim.

FUAR STAND İMALATININ ARDINDAN MATBAA, DİJİTAL BASKI, PLAKET, ÖDÜL VE KURUMSAL HEDİYELER İŞİNE GİREN POE TASARIM'IN SAHİBİ SERHAT PARLAKULAŞ, "KURUMSAL HEDİYE İŞİMİZİ GELİŞTİREREK DAHA BÜYÜK KİTLELERE HİZMET VERME ARZUSUNDAYIZ." DİYOR.



Diğer ürün ve hizmetlerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?

Plaket-ödül, yaka kartı ve bayrak imalatı, promosyon ürünleri, roll upbanner satışı ve promosyon tekstil ürünleriyle ilgili işlerde de oldukça yoğun olarak hizmet vermekteyiz.

İşlerinizin en yoğun olduğu aylar hangisi? İşlerinizin yoğunluğunu belirleyen faktörler neler?

Yoğunluğumuz senenin geneline dağılmış durumda. Yılbaşında promosyon çalışmaları yoğunken, yaz aylarında spor kulüplerinin (özellikle yelken ve tenis kulüpleri) ödüllerinin imalatı yoğun olarak devam etmekte. Ayrıca organizasyon firmaları ve kurumsal çalıştığımız firmalar yıl genelinde süreklilik oluşturacak çalışma yoğunluğunu ortaya koymakta.

2017 tasarım, üretim ve ciro açısından nasıl geçti?

2017 yılında tasarım olarak kendi bünyemizde tasarım ekibi oluşturarak değerimizi ve kabiliyetlerimizi müşterilerimize daha fazla yansıtmayı başardığımız bir sene oldu. Üretim olarak dijital baskı işlerini yapmaya başladık. Ciro olarak ülke genelinde yaşanan sıkıntılı ekonomik süreç bizi de olumsuz etkilese de zarar etmeden seneyi kapatabildik.

2018 ile ilgili yeni projeler, hedefler neler?

Öncelikle hedefimiz yapılmışı ve kendini tekrar eden sektörümüzde farklılık yaratacak çalışmalara imza atmak. Bu sene özellikle 2019 yılında planladığımız teknolojik gelişimin altyapısını oturtmak ve kurumsal hediye iş kolumuzu geliştirerek daha büyük kitlelere hizmetimizi ulaştırmak arzusundayız.







Türk mutfak ihracatçıları Avrupa'yı mesken tuttu

ULUSLARARASI MUTFAK EŞYALARI, EV DEKORASYONU, ZÜCCACİYE, AKSESUAR VE HEDİYELİK EŞYA FUARI "AMBIENTE 2018" FRANKFURT'TA KAPILARINI AÇTI. AMBIENTE 2018 FUARI'NA, 100'E YAKIN ÜLKEDEN 4 BİN 500'ÜN ÜZERİNDE FİRMA KATILIRKEN TÜRKİYE'DEN FUARDA 150 FİRMA YER ALDI.

Messe Frankfurt tarafından Almanya'nın Frankfurt kentinde düzenlenen uluslararası mutfak eşyaları, ev dekorasyonu, züccaciye, aksesuar ve hediyelik eşya fuarı "Ambiente 2018" Türk şirketlerinin şovlarına sahne oldu. Metal mutfak eşyaları, plastik ve metal ev eşyaları, elektrikli küçük aletler ve hediyelik alanlarında faaliyet gösteren toplam 73 firma 3 ayrı holde milli katılım kapsamında ürünlerini sergiledi. 77 firmanın bireysel olarak katıldığı fuarda Türkiye'den toplamda 150 firma yer aldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve ZÜCDER Başkan Vekili Tahsin Öztiryaki, sektörün en büyük buluşma noktası olan Ambiente Fuarı hakkında değerlendirmelerde bulundu. Bu yıl fuara 77 firmanın bireysel katıldığı bilgisini veren Öztiryaki, "Hollanda'nın partner ülke olarak 140 şirket ile iştirak ettiği Ambiente Fuarı'nda Türkiye toplamda 150 firma ile yer aldı. Sektörün dünyadaki en büyük fuarı olduğu için firmalarımız açısından son derece önemli. Fuara 23. kez katıldık. Bu fuara 17 kez katılan firmalarımız var. 2007 yılında Türkiye'den 37 firma düzeyinde gerçekleşen milli katılım sayısı bu yıl 73'e yükseldi. Artık her kesime hitap eder hale geldik. Ambiente, bizlerin ihracatı öğrendiğimiz yer. Katma değeri yüksek ürünlerimizi bugün dünyanın her yerine satmaya başladık. Artık Türkiye fuarın en önemli katılımcıları arasında yer alıyor. Ürünlerimizle bütün dünya evlerine girmek istiyoruz" dedi.



GÜRAL PORSELEN İHRACATLA BÜYÜYOR

Güral Porselen, yaptığı ihracatla Türkiye ekonomisine kaynak sağlıyor. Firma 50'den fazla ülkeye yaptığı ihracatla sektörün lider oyuncularından biri olma özelliğini koruyor.



SEKTÖRÜN LİDER OYUNCUSU

Porselen sektörünün lider oyuncularından Güral Porselen, yaptığı yatırımlar ve inovatif hamleleriyle Türkiye ekonomisine katma değer yaratmaya devam ediyor. Özellikle dış borcun kapatılmasında kritik bir role sahip olan ihracat rakamlarının daha da artması gerektiğini belirten Güral Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Harika Güral, "Türkiye'nin 2023 hedefleri içinde yer alan 500 milyar dolar ihracat hedefinin gerçekleşebilmesi için ihracatın ortalama yıllık yaklaşık yüzde 11,7 oranında artması gerekiyor. GSYİH hedefinin gerçekleşebilmesi için de GSYİH'in aynı dönemde ortalama yıllık yaklaşık yüzde 8 oranında büyümesi lazım. Ülkemiz birçok badire atlatmasına rağmen 2014 yılında yüzde 4 büyüdü. 2015 yılı içinde yüzde 3'lere ancak ulaşılabilir derken son çeyrekte 1 Kasım seçimleri sonrasında neredeyse patlayan iç talep ile birlikte ülke büyümemiz yüzde 4'e ulaştı" dedi.

BÜYÜME TRENDİ SÜRÜYOR

Güral " 2016 yılında da 15 Temmuz kalkışmasına rağmen Türkiye büyüme trendini devam ettirerek yüzde 4'lük seviyesini korudu. Güral Şirketler Grubu olarak bu konuda biz de elimizden geleni yapıyoruz. Her yaptığımız yatırımın, her geliştirdiğimiz yeni ürünün ülke ekonomisine bir katma değer yaratacağının bilinciyle hareket ediyoruz. En son küresel gelişmelere baktığımızda Kuzey Kore'nin nükleer silah ve füze denemeleri nedeniyle BM Güvenlik Konseyi'nin uygulayacağı yaptırımları Türkiye için bir fırsat olarak yorumluyorum. Kısıtlanan ürünler listesinde 100 ABD dolarından daha değerli porselen ve Çin porseleni ürünlerinin bulunuyor oluşunu sektörümüzde ihracatın artacağının bir göstergesi olarak kabul ediyorum" ifadelerinde bulundu.

"İLK BONE PORSELENİ ÜRETTİK"

Türkiye'nin lider üreticilerinden olan Güral Porselen'in ülke genelindeki üstünlüğünü yaptığı ihracatla da perçinlediğini belirten Güral, yaptıkları Ar-Ge çalışmalarıyla da geleceğe projeksiyon tuttuklarını vurguladı. Güral Türkiye'deki ilk bone porseleni ürettiklerini belirterek, "Güral bone porseleni bir sanat eseri kadar zahmetli bir işlemle üretiyoruz. İlk kez 2006 yılında ürettiğimiz 'bone' serisi yemek takımları bugün dünyanın 70 ülkesindeki sofraları süslüyor. Özellikle 'bone' serisi ile porselen sektörünün öncü ve yaratıcı oyuncusu olma özelliğimizi perçinlerken, 'Terra Rosa; renkli grup' ve 'Onyx; mermer desen' ile normal porselende görülmesi mümkün olmayan kırık beyaz rengi tüketiciyle tanıştırdık" açıklamalarında bulundu.

"TRENDLERİ YAKINDAN TAKİP EDİYORUZ"

Güral, "Her geçen gün değişen trendleri yakından takip ediyoruz. Dolayısıyla faaliyetlerimizde yaratıcı tasarımlara, Ar-Ge'ye ve müşteri memnuniyetine büyük önem vererek devam ediyoruz. Bugün Güral Porselen olarak, sadece Türkiye'nin değil, dünyanın da lider porselen markaları arasında yer almanın gururunu yaşıyoruz" dedi. Güral Porselen 1989 yılından bugüne 75 bin metrekaresi kapalı olmak üzere, toplam 275 bin metrekare alan üzerinde üretim yapan ve 52 ayrı ülkeye ihraç ediliyor.



Arzum'a The Stevie Awards 2018'de ödül

Arzum, The Stevie Awards 2018'de, satış sonrası hizmet yapısı ile bronz ödül aldı.


Mete Zadil

Şirketten yapılan açıklamaya göre Arzum, bu yıl 12'ncisi düzenlenen ve dünyanın en başarılı kurumlarını ödüllendiren The Stevie Awards for Sales & Customer Service 2018'de, yenilenen satış sonrası hizmetler yapısı ile 'Yılın Müşteri Hizmetleri Ekibi-Kurtarma Çözümleri (Customer Service Team of the Year-Recovery Situation)' kategorisinde bronz ödülün sahibi oldu.

Açıklamada görüşlerine yer verilen Arzum Üst Yöneticisi (CEO) Mete Zadil, ürünlerinin arkasında duran marka imajını yıllardır koruduklarını ve bunu hep bir adım ileriye taşımaya çalıştıklarını, tüketicileri heyecanlandıran, ihtiyaçlarına cevap veren yenilikçi ve teknolojik ürünler kadar satış sonrası hizmetlere de önem verdiklerini belirterek, şunları kaydetti:

"Tüketicimize hep daha fazlasını sunuyoruz. Bu konudaki en son çalışmalarımızdan biri de garanti süremizi 3+1'e çıkarmak oldu. Bu alandaki gücümüzün ve başarımızın uluslararası bir ödüle layık görülmesi bizleri oldukça gururlandırdı. Her zaman müşteri merkezli çözümler üretmeye ve müşterilerimize daha fazlasını sunmaya devam edeceğiz."

İTT LOJİSTİK YÜZDE 25 BÜYÜDÜ DAHA DA BÜYÜYECEK

SIVI VE TEHLİKELİ MADDE TAŞIMACILIĞI YAPAN İTT LOJİSTİK, BAŞARILI ÇALIŞMALARIYLA DİKKAT ÇEKİYOR. GENEL MÜDÜR DİDEM ÖZTANIK, 2018'DE DE ÖZ SERMAYELERİYLE BÜYÜMEYE DEVAM EDECEKLERİNİ SÖYLÜYOR.

Lojistik sektöründe yeni bakış açısı ve ekibiyle birlikte müşterilerine fark yaratan bir firma dikkat çekiyor: İTT Lojistik… 2017'yi yüzde 25 büyümeyle kapatan ve 2018'de de hedefleri aynı olan firmanın başında bir bayan bulunuyor. İTT Lojistik Genel Müdürü Didem Öztanık ile başarılarını ve kadınların iş dünyasındaki yerini konuştuk.

Öncelikle iş hayatında kadınların farkı ne?

Erkekler daha çok sonuç odaklı. Projenin sonundaki ışığı görmek istiyorlar. Kadınlar ise daha çok ilişki ve çalışma ortamı odaklı. Erkekler, konulan hedeflerin yerine getirilmesini başarı için somut kriter olarak görürken; kadınlar, o başarı sürecini ve izlenilen yolun getiri ve götürülerini daha detaylı ele alabiliyor.

Lojistik firmasında yönetici olmanız nasıl gerçekleşti?

Bu sektöre ailemin, özellikle babamın yön vermesiyle girdim. İngiltere'de bu konu üzerine yüksek lisans eğitimi aldım. Türkiye'ye döndüğümde bu sektöre girdim.

Profesyonel bir yönetici misiniz, aileden gelme bir yönetici mi?

Aileden de bilgi sahibiyim. Babamdan bu konuda çok destek aldım.


Didem Öztanık

Ama biz diğer aile şirketlerinden farklıyız. Kendimizi ve personelimizi sürekli eğitiyoruz. Sürekli bir gelişim halindeyiz. Bu da haliyle işimize yansıyor. Profesyonellik de bitmeyen gelişim-dönüşüm demek değil mi?

2014'ten beri işin başındasınız. Neler değişti bu sürede?

Geldiğimde ben de farklı bir noktadaydım, firma da farklı bir noktadaydı. 2014 ten bu yana iş geliştirmeler, yeni yatırımlar yaptık. Müşterilerimizin ihtiyaçlarını bir paket olarak sunuyoruz. Önceliğimiz çözüm odaklı olmak. 2014'te depolama, ısıtma, iç nakliye ve ithalat taşımaları yaparken; şu an bunlara ilave ihracat, tank tamiri, paletli depolama, elleçleme yapıyoruz. Lojistiğe bütünsel açıdan bakıyoruz.

Sektörde sizi öne çıkartan özellikleriniz neler?

Öncelikli özelliğimiz değerlerimiz. Daha sonrasında ise bu sektörde aynı işi yapan 7-8 tane firma var. Ancak biz bütün ihtiyaçlara cevap verebilecek bir tesise ve ekipmana sahibiz. Ayrıca 2017'de yeni ısıtma tesisimizi hizmete açtık. Bu tesis, tek seferde 30 tank ısıtabilme kapasitesine sahip. Bu alanda ülkemizde yapılmış en büyük buhar ısıtma kazanı. Böyle bir projeye imza atmış olmaktan dolayı gururluyuz.

Yurt dışı projeleriniz var mı?
Yurt dışı projelerimizle ilgili çalışmalarımız var. Her türlü teklifi değerlendiriyoruz.

İTT Lojistik açısından 2017 nasıl geçti, 2018'den beklentiler?
2017 şirketimiz için son derece başarılı ve hedeflerimizin üstüne çıktığımız bir yıl oldu. Geçmiş yıllarda olduğu gibi 2017'de de araç ekipman yatırımları yaparak bu konudaki öncülüğümüzü devam ettirmeye çalıştık. Bununla birlikte biraz önce dediğim gibi yeni ısıtma tesisimizi hizmete açtık. 2017'yi hedefimiz olan yüzde 25'lik büyümenin üstünde bir oranla kapattık. Bu, 2018 için tüm çalışanlarımız ve yönetim kadromuz için motive edici bir ivme kazandırdı. 2018, piyasa söylemlerine bakıldığında çok olumlu görünmüyor. 2017 başında da aynı durum söz konusuydu. İTT Lojistik olarak stratejik planlarımızı 10 yıllık aralıklarla hazırlıyor ve periyodik olarak gözden geçiriyoruz. Elbette ekonomik ve siyasi gelişimleri takip ediyoruz; fakat planlarımızda ve stratejilerimizde çok köklü değişiklikler olmuyor. 2018 yılı içinde teknoloji ve altyapıyla ilgili yatırımlarımız devam edecek. 2018 için de özsermayemizle yüzde 25'lik büyüme hedefliyoruz. Özellikle çalışanlarımızın eğitimi ve katılımı bizim için önemli bir unsur.

Mart ayı içerisinde Dünya Kadınlar Günü kutlanacak. Kadınların iş hayatındaki yeri açısından neler düşünüyorsunuz?
Türkiye'de kadının iş gücüne katılım oranı yüzde 30 seviyelerinde. Eşitliğin sağlanabilmesi için, kadınlarımıza hakları olan eşit fırsatların verilmesi ve desteklenmeleri gerekiyor. Bunun başında, 'başaracaklarına dair öz güvenle yetiştirilmeleri' ve başarıda en önemli unsurlardan biri olan 'eğitim hakkı' geliyor. Ben, bugünü bir kutlamanın ötesinde, yaşamın her alanını şekillendiren kadınların önemini bir kez daha hatırlamanın fırsatı olarak görüyorum. Kadınların iş hayatına katılımında elbette çok yol alındı. Ama ne yazık ki hâlâ yeterli değil.

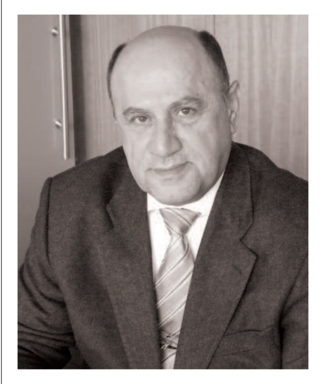


KADINLARIN POTANSİYELİNİ ORTAYA ÇIKARMALIYIZ

Kadınların iş hayatında daha fazla olması için mesajınız var mı?
Her zaman söylediğimiz gibi biz ayrıcalık istemiyoruz, 'eşitlik' istiyoruz! Kadınların niteliklerine, becerilerine, yetkinliklerine göre eşit şekilde değerlendirilmelerini istiyoruz. Dünya Ekonomik Forumu Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'na göre, Türkiye'de 100 kadından 13'ü üst düzey pozisyonda çalışıyor. Daha güçlü bir ekonomik ve sosyal kalkınma için bu rakamlarla asla yetinmemeliyiz. Her alanda daha iyi bir gelecek için beklediğimiz reformlar, bu alanda da en hızlı şekilde yapılmalı. Kadınların potansiyelini ortaya çıkarmalıyız.



Genel Müdür Didem Öztanık, kadın çalışanlarla birlikte.



Atilla Yıldıztekin

Deniz taşımacılığı ve lojistik çözümler

Deniz taşımacılığı, gerek hacim olarak gerek ton-mil olarak toplam taşımacılık potansiyeli içinde en büyük payı alan taşıma şeklidir. Yapılan araştırmalar, 2016 sonu itibarıyla 11.1 milyar ton malzemenin denizyolu ile taşınmakta olduğunu ortaya çıkartmıştır. 2000 yılı baz alınarak yapılan bir araştırmada, tanker kapasitesinin yüzde 86, dökme yük kapasitesinin yüzde 177, konteyner kapasitesinin yüzde 287, kuru yük kapasitesinin yüzde 12 ve yolcu gemisinin yüzde 22 arttığı görülmektedir.

Yukarıdaki çalışma, konteyner taşımacılığının beklenmedik oranda artmakta olduğunu göstermektedir. Bunun bir nedeni de lojistik sektörünün büyümesi, küreselleşme etkisiyle kapıdan kapıya taşımanın önem kazanmış olması ve intermodal taşımanın gelişmeye başlamasıdır.

Konteyner yüklemesine olan talep gemilere olan talebi artırmış ve daha büyük gemiler inşa edilmeye başlanmıştır. 2003 yılı itibarıyla toplam konteyner gemi sayısı 2 bin 900 adet iken, 2017 yılında bu sayı 5 bin 147'ye ulaşmıştır.

Artan konteyner talebi, bu gemilerin yanaşacağı limanların da kapasitelerini artırmıştır. Limanların kapasiteleri değişmiş ve 2016 yılında Şangay Limanı 37.1 milyon, Singapur Limanı 30.9 milyon, Shenzen Limanı 24 milyon TEU (34 metreküplük hacme sahip konteyner) elleçlemiştir. Bu rakamların her biri, ülkemizde bir yılda tüm limanlarda elleçlene konteyner sayısından 3-4 kat fazladır.

AVRUPA DA DENİZİ TERCİH EDİYOR

Avrupa Birliği içinde taşımaların yüzde 42'sinin deniz ve su yolları ile yapıldığı düşünüldüğünde, Avrupa limanlarının da büyük potansiyele sahip oldukları görülmektedir. 2016 yılı rakamlarına göre Rotterdam Limanı 12.23 milyon, Antwerp Limanı 9,65 milyon, Hamburg Limanı da 8,82 milyon TEU elleçleyebilmektedir. Avrupa Birliği, üye ülkeler arasındaki taşımaların intermodal veya kombine taşımacılığın teşvik edilmesiyle demir ve deniz yollarına aktarılmasını hedef olarak belirlemiştir. Bu amaçla proje kredileri vermekte ve destek çalışmaları yapmaktadır.

Ülkemizde ise ülke içindeki nakliyenin sadece yüzde 3'ün altındaki bir bölümü denizyoluyla taşınmaktadır. Denizyolu ile iç sularda konteyner taşıması, Karadeniz limanlarındaki ufak taşıma dışında yapılmamaktadır.

Konteyner taşımacılığı uzak mesafelerde, kıtalar arası taşımacılıkta olabildiğince büyük gemilerle yapılması gereken bir taşıma şeklidir. Gemiler büyüdükçe birim konteyner başına düşen taşıma maliyeti azalmakta ve taşımacılık ucuzlamaktadır. Buna karşılık kısa mesafelerde büyük gemilerin kullanılması ekonomik olmamaktadır. Kısa mesafelerde konteynerler, daha az kapasiteli, feeder denilen küçük gemilerle taşınmalıdır. Bu taşıma şekli de yakın yol deniz taşımacılığını ortaya çıkartmaktadır.

YAKIN YOLA YATIRIM YAPANLAR KAZANACAK

Sadece kuru yüklerde değil, konteynerlerde de yakın yol taşımacılığı sistemi kullanılmalıdır. Kullanılacak küçük gemilerin aktarmaya alınması amacıyla, büyük gemilerin aktarma yapacağı limanlara ihtiyaç duyulmaktadır. İskenderun, Mersin, İzmir, İstanbul Ambarlı ve Körfez limanları bu çalışmaya uygundur.

Yakın yol deniz taşımacılığı, bir diğer adıyla 'short see shipping', intermodal taşımacılığın bir parçasını oluşturmaktadır. Küçük limanlara boşaltılabilen konteynerler, treylerler, kuru yükler tekrar demiryolu veya karayolu için tekerlekli araçlara yüklenerek tüketim noktalarına getirilmektedir.

Ülkemizde yakın yol deniz taşımacılığını kendisine iş kolu seçen ve bu konuda yatırım yapanlar, gelecekteki tedarik zinciri içinde en büyük payı alacak kuruluşlar olacaktır.

Yakın yol taşımacılığının avantajlarını şöyle sıralayabiliriz:

-En ucuz taşıma şeklidir.

-Yakın mesafelerde demiryolu ve karayolu kadar hızlıdır.

-Kara yolları ile ilişkisi olmamasından dolayı en güvenli taşımadır.

-Başlangıç ve bitiş zamanları belirlidir.

-Çevre kirliliği yaratamamaktadır.

-Enerji sarfiyatının büyük olmaması nedeniyle maliyetleri azaltır.

TÜRK LOYDU'NDAN DENİZCİLİK İŞLETMELERİNE DESTEK





Türk Loydu, İstanbul Boğazı'nın iki yakasında yolcu taşımacılığı hizmeti sunan Dentur Avrasya'nın yeni nesil gemileri 'Kabataş' ve 'Beşiktaş'ı klasladı. Sanmar Denizcilik'i de sertifikalandırdı.

Kurulduğu 1962'den bu yana Türk denizcilik sektörüne verdiği desteklerle öne çıkan Türk Loydu, kısa mesafe yolcu ve yük taşıma firmalarına verdiği hizmetlerle de adından söz ettirmeye devam ediyor. Bu çalışmalar kapsamında İstanbul Boğazı'nın iki yakasında yolcu taşımacılığı hizmeti sunan Dentur Avrasya'nın Türk Loydu tarafından klaslanan yeni nesil gemileri 'Kabataş' ve 'Beşiktaş', geçtiğimiz günlerde Herçelik Tersanesi'nde düzenlenen törenle deniz indirildi.

İstanbul Boğazı'nın iki yakasında yolcu taşımacılığı hizmetiyle ulaşım sorununa çözüm sunan Dentur Avrasya'nın hızlı, güvenli ve konforlu hizmet vermek amacıyla tasarlanan 14 adet gemisinin ilki olan Kanuni'nin geçtiğimiz yıl Beşiktaş-Üsküdar arasında yolcu taşımaya başlamasının ardından, Kabataş ve Beşiktaş gemileri de Herçelik Tersanesi'nde düzenlenen törenle hizmete girdi.

Gemilerle ilgili bir açıklama yapan Dentur Avrasya Yönetim Kurulu Başkanı Şenol Morgül, "Trafiğin çevreye olan olumsuz etkisini azaltmak için İstanbul siluetine uygun tasarlanmış, modern hatlara sahip, Türk Loydu klas kurallarına uygun, yeni nesil gemilerimizde sessiz ve emisyon oranı düşük çevreci motorlar kullanmayı planladık. Yeni gemilerimizin özgün tasarımları yakıt ekonomisine önemli katkılar sağlarken, yeni tip deniz motorları ile bu tasarrufu daha da arttırmayı hedefliyoruz. Böylelikle Boğaz'da çalışan tüm teknelerimiz en modern teknolojiye sahip olarak yolcularına keyifli yolculuklar yaşatacak." dedi.

Törenden sonra bir değerlendirme yapan Türk Loydu Vakfı Başkanı Cem Melikoğlu da Dentur Avrasya'nın İstanbul Boğazı'nda çalışacak motorlarının Türk Loydu tarafından klaslanmasının, Türk Loydu'nun yeni deniz teknolojileri ile yeni gemi inşasında büyük tecrübeye sahip olmasına duyulan bir güvenin sonucu olduğunu söyledi. Melikoğlu, "Dentur Avrasya ile yeni nesil gemilerin inşaatında işbirliği yaptığımız için çok mutluyuz." şeklinde konuştu.

TÜRK LOYDU, SANMAR DENİZCİLİK'İ SERTİFİKALANDIRDI

Türk Loydu'nun denizcilik işletmelerine verdiği bir başka destek ise sertifikalandırma. Dünyanın sayılı römorkör üreticilerinden ve operatörlerinden Sanmar Denizcilik, verdikleri hizmetle uluslararası standartlara erişebilmek için, Türkiye'nin "Klaslama ve Uygunluk Değerlendirme Kuruluşu" Türk Loydu tarafından IMO Uluslararası Emniyetli Yönetim Kodu kapsamında sertifikalandırıldı.

Römorkör ve kılavuzluk faaliyetlerini Türkiye'de 7 ayrı limanın idari sınırında, yurtdışında ise 3 ayrı ülkede sürdüren Sanmar Denizcilik, 3 yaşaltı genç ve modern römorkör filosunun dünya standartlarındaki mevcut kalite standartlarına ISM Sistemi'ni de ekledi. Sanmar, uluslararası tüm standartlara sahip olmasına karşın 'gönüllü' olarak ISM kriterlerinin tüm römorkör ve personelinde uygulanması için Türk Loydu güvencesini tercih etti.

Uluslararası Gemi Güvenliği Yönetimi (ISM) sertifikasının temelinde; gemi işletmeciliğinde uluslararası güvenlik standartlarını belirlemek, gemilerin güvenli şekilde yönetilmesini ve işletilmesini sağlamak ve böylece meydana gelebilecek kazalar sonucu ortaya çıkabilecek çevre kirliliklerinin önlenmesi yer alıyor. Tüm yolcu gemileri, petrol ve kimyasal madde taşıyan tankerler, dökme yük gemileri, likid gazla çalışan tankerler ve 500 gros tonun üzerindeki yüksek süratli yük gemileri bu sertifikayı almak zorunda.

Sanmar Denizcilik, filosundaki römorkörler 500 gros tonun altında olması sebebiyle bu sertifikayı alma zorunluluğu bulunmamasına karşın, müşterilerine dünya standartlarında bir hizmet vermek ve çevreyi korumak adına gönüllü ISM sertifikasını aldı.

LİMANLAR KONTEYNER TAŞIMACILIĞINDA REKOR KIRDI

Liman işletmeciliğinde 2017 rakamları açıklandı. Genel tablo işletmecilere umut verirken; sektörün en önemli gelir kapısı olan konteyner taşımacılığında rekor kırıldı.

Ekonominin önemli sektörlerinden liman işletmeciliğinde 2017 rakamları açıklandı. Türkiye Liman İşletmecileri Derneği (TÜRKLİM) tarafından açıklanan rakamlar, sektöre umut verirken; sektörün en önemli gelir kapısı olan konteyner taşımacılığı, Türkiye genelinde 10 milyon 164 bin 433 TEU (20 feet'lik konteyner) ile rekor kırdı. Son 10 yılda Avrupa'dan üç, dünyadan iki kat fazla büyüyen Türk limanları, 2017'de yüzde 14,8 artış gösteren konteyner elleçleme adediyle 2018'de de büyüyeceğinin sinyallerini verdi.

Türkiye'de özel sektörün yeni liman inşası ve özelleştirmeler yoluyla liman işletmeciliğine yaptığı yatırımlar, dış ticaretin önünü açtı. Limanlardaki kapasite yetersizliğinin giderilmesiyle ihracat ve ithalat daha rahat yapılabilir duruma geldi. Bu bağlamda son 10 yıllık rakamsal analizler, yapılan yatırımların sektöre ve ekonomiye katkısını öne çıkardı.

Ülkemizdeki limancılık sektörünün günden güne geliştiğini ve ekonomiye ciddi katkı sağladığını aktaran Türkiye Liman İşletmecileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı M. Kenan Selçuk, "Dış ticaretimizin yüzde 89'u deniz yoluyla yapılıyor. Bu bağlamda liman işletmeciliği sektörünün ülkemiz için önemi artarak devam ediyor. Yaklaşık 20 bin kişinin istihdam edildiği sektör 7 sene gibi kısa bir sürede yüzde 100'lük bir büyüme gösterdi. Türkiye'nin ithalat ve ihracat rakamlarının artmasının yanı sıra bölgedeki ekonomik canlılık yabancı sermayenin dikkatini çekerek Türk limanlarına yapılan yatırımları artırıyor.'' dedi.

AVRUPA BİRLİĞİ'Nİ ÜÇE KATLADI

Selçuk, limanlarda özellikle konteyner elleçleme oranlarındaki artışın dünya ortalamalarının çok üzerinde olduğunu da belirtti. Selçuk, "Türkiye liman işletmeciliği sektörü 2006-2017 yılları arasında her yıl ortalama yüzde 10'luk bir büyüme gerçekleştirdi. Yükselen bu grafik, Türkiye'de elleçlenen konteyner miktarının her yedi senede bir ikiye katlandığını gösteriyor. Avrupa Birliği'nde 2006-2016 yılları arasında limanlarda elleçlenen konteyner yüzde 3,2 artarken; dünya limanlarında bu oran yüzde 5,6 oldu. Türkiye'deki limanlar, Avrupa Birliği ortalamasından üç kat, dünya ortalamasından ise iki kat daha fazla konteyner elleçleme artış oranına sahip." şeklinde konuştu.

ELLEÇLEMEDE YÜZDE 14,8 ARTIŞ

Son 10 yılda ortalama her yıl yüzde 10 büyüyen Türk limanları, 2017 yılında 10 milyon 164bin 433 TEU konteyner elleçleme rakamına ulaşarak rekor kırdı. 2016 yılsonu rakamlarına göre 2017'de yüzde 14,8 büyüme gösteren elleçlenen konteyner miktarının yanı sıra, genel kargo elleçleme rakamları bir önceki yıla oranla yüzde 8, sıvı kimyasal elleçleme rakamları ise yüzde 7 büyüme gösterdi.



HMF MAKİNA'NIN YENİ GENEL MÜDÜRÜ REYHAN UĞURLU YÜCEL

VERDİĞİ KALİTELİ HİZMETLE SEKTÖRÜN LİDERİ OLAN HMF MAKİNA'DA GÖREV DEĞİŞİMİ. YENİ GENEL MÜDÜRLÜK GÖREVİNE REYHAN UĞURLU YÜCEL ATANDI.


Reyhan Uğurlu Yücel

1993 yılından bu yana Hyundai marka iş makinaları ve forkliftler ile sektörde faaliyet gösteren HMF Makina'da görev değişimi. Yeni genel müdürlük görevine Reyhan Uğurlu Yücel atandı.

2005'te HMF Makina ile iş ve istif makinaları sektörüne katılan Reyhan Uğurlu Yücel, 13 yılı aşkın geniş sektör deneyimiyle 2016'ya kadar HMF Makina'da Pazarlama, İş Geliştirme ve Endüstriyel Ürünlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini sürdürmekteydi.

2016'da STFA Holding grup şirketlerinden olan ve 1988'den bu yana makina sektöründe faaliyet gösteren Universal Handlers'a Genel Müdür olarak atanan Yücel, daha önce 11 yıl görev aldığı HMF Makina'ya dönerek genel müdürlük koltuğuna oturdu.

1990'da İstanbul Teknik Üniversitesi Maden Fakültesi'nden mezun olan Reyhan Uğurlu Yücel, 1995'te Boğaziçi Üniversitesi İşletme programını, 2011'de de Koç Üniversitesi Executive MBA programını tamamladı. Profesyonel hayatına Türk Philips şirketinde başlayan Yücel, Hızlı Tüketim, Tüketici Elektroniği ve Bilişim sektörlerinde Canon ve Eveready/Energizer pil şirketlerinin dâhil olduğu çok uluslu ve yerli firmalarda pazarlama, satış ve iş geliştirme konularında üst düzey yöneticilik yaptı.

HMF MAKİNE ÖDÜLE DOYMUYOR

'Profesyonel Hizmet' prensibi doğrultusunda servis, yedek parça ve garanti konularına verdiği önemle iş makinaları sektörünün lider firması olmayı sürdürmeyi planlayan HMF Makine, adet satış rakamları, tesis olanakları ve pazarlama politikaları konularında gösterdiği üstün performansı sayesinde 2004-2007 yılları arasında üst üste 4 defa Hyundai tarafından "Dünyada Yılın En Başarılı Distribütörü" ödülüne layık görüldü.

HMF Makina, 2010-2013 yılları arasında da 'Mükemmel Distribütör' ödülüne, 2011 ve 2012 yıllarında Hyundai tarafından forklift kategorisinde 'En İyi Distribütör' ödülüne, 2006 ve 2012 yılında da Unicarriers tarafından 'Dünyanın En İyi Distribütörü' ödülüne layık görüldü.

HMF MAKİNA SEKTÖRDE SÖZ SAHİBİ

HMF Makina, Hyundai İş Makinaları Türkiye Distribütörlüğü'nü Türkiye çapında 40'tan fazla noktada, yaygın satış ofisleri ve servis istasyonları ile 1993'ten beri yürütüyor. HMF Makine, Türkiye temsilciliğini üstlendiği Hyundai İş Makinaları Grubu ile Türkiye pazarında ekskavatör, yükleyiciler ve forkliftlerle söz sahibi olan bir şirket.

Ürün gamında Hyundai iş makinaları ve Hyundai endüstriyel ürünlerin yanı sıra Unicarriers marka depo içi ekipmanlar ve iş makinalarında kullanılan D&A kırıcılar bulunuyor. Bugün HMF Makina, Türkiye'nin dört bir yanındaki satış büroları, bayileri ve servis istasyonlarıyla en süratli ve etkin hizmeti veriyor.

MÜŞTERİLERİMİZE UÇTAN UCA ÇÖZÜM SUNUYORUZ


Banu Uyan

TEMSA İŞ MAKİNALARI PAZARLAMA VE KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ BANU UYAN, "38 İLDEKİ SATIŞ EKİBİMİZ, TEKNİK MERKEZLERİMİZ, 70 YETKİLİ SERVİSİMİZLE MÜŞTERİLERİMİZE UÇTAN UCA ÇÖZÜM SUNUYORUZ." DİYOR.

Temsa İş Makinaları, sektörünün lider firmalarından biri. Birçok markanın iş makinelerini pazara sunup satış sonrası kiralama ve ikinci el hizmeleri de veriyor. Temsa İş Makinaları Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü Banu Uyan, firma ve yaptıkları iş hakkında bilgiler verdi.

Öncelikle Temsa İş Makineleri olarak distribütörlüğünü yürüttüğünüz markalar ve bu markalarla ilgili hizmetlerinizden bahseder misiniz?

İş makinelerinde Komatsu, kamyonda Volvo Trucks, endüstriyel ürünlerde Crown ve Komatsu, teleskopik yükleyici ve mini inşaat ekipmanlarında Dieci, kırma-eleme makinalarında Terex Finlay markalarını pazara sunuyoruz. Bu markaların satış, satış sonrası, kiralama hizmeti ve ikinci el satışı ile inşaat, madencilik, endüstri, çelik, seramik, ağaç sanayii, enerji gibi farklı sektörlerdeki müşterilerimizin tüm ihtiyaçlarına cevap veriyoruz. İstanbul merkez ofisimiz, 38 ildeki satış ekibimiz, teknik merkezlerimiz, 70 yetkili servisimizle müşterilerimize uçtan uca çözüm sunuyoruz.

Hizmetlerinizden biri de filo yönetimi. Filo yönetiminde müşterilerinize ne tür avantajlar sağlıyorsunuz?

İş ve hizmet üreten makinaların her an operasyonel olması gerekiyor. Bunun çözüm ortaklarımız için çok önemli bir faktör olduğunu biliyoruz. Yüksek operasyonel sürenin sağlanabilmesi adına da ürününüzün talep ettiği belirli unsurları yerine getirmeniz gerekiyor. Düzenli bakımlar, doğru ve planlı kullanım, orijinal yedek parça ilk akla gelenler. Filo yönetiminde, Komatsu İş Makinaları ve Endüstriyel Ürünler'de Komtrax, Volvo Trucks'ta DynaFleet ve Crown Depo Ekipmanları'nda InfoLink ile müşterilerimize ciddi avantajlar sağlıyoruz. Bu filo çözüm sistemleri yakıt tasarrufundan periyodik bakımların hatırlatılması ve planlanmasına kadar birçok noktada ciddi avantajlar sağlıyor. Aynı zamanda harita üzerinden ürünü takip etmenize imkân sağlıyor. Böylece her an işinizin başında olabiliyorsunuz.

Temsa İş Makineleri açısından 2017 nasıl geçti?

2017'de Türkiye ekonomisindeki yüzde 5,5'lik büyümeye paralel olarak Temsa İş Makineleri de yüzde 5'lik bir büyüme elde etti. Bildiğiniz üzere 1 Ocak 2017 itibariyle Volvo Trucks bünyemize katıldı ve genel ürün gamımız çözüm ortaklarımızın tüm ihtiyaçlarına cevap verebilecek bir skalaya ulaştı. 2017 yılı zorlu bir yıldı ancak bizim için oldukça başarılı geçti. Volvo Trucks'ın satış ve satış sonrası hizmetler organizasyonlarında ciddi adımlar attık. 2016 yılına kıyasladığımızda, Volvo Trucks satış hacmi, pazar yüzde 2 büyürken, yüzde 33 büyüdü. Buradan da attığımız adımların doğru olduğunu anlayabiliyoruz. İş makinaları tarafında da yüzde 12,6'lık bir pazar payı elde ettik. Endüstriyel ürünler pazarında, dizel forkliftlerde pazar lideri olmayı başardık. Bu başarılarımızın artarak devam edeceğine inancımız tam.

2018 hedefleriniz neler?

2018 çok önemli bir yıl olacak. Mega projeler ve ardıl projelerin pazarda çok ciddi bir talep yaratacağını tahmin ediyoruz. İş makinaları ve ağır ticari araçlar pazarının bu doğrultuda büyüyeceğini düşünüyoruz.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK RO-RO GEMİSİ SEFERE BAŞLADI


Hakan Yılmaz

Alternative Transport; Paqize, Hatche, Qezban, Ayshe ve Meleq'e Fadiq'i de ekleyerek Ro-Ro filosunu genişletti. Fadiq, Meleq ile birlikte Türkiye'nin en büyük iki Ro-Ro gemisinden biri. Meleq ile Fadiq'in hikâyesi de ilginç.

Paqize, Hatche, Qezban, Ayshe ve Meleq adlı gemileriyle Yalova ve İzmir'den Trieste (İtalya) ve Lavrio (Fransa) limanlarına haftanın belli günlerinde düzenli seferler düzenleyen Alternative Transport, Ro-Ro filosunu genişletmeye devam ediyor. Denizcilik sektörüne ve iş dünyasına önemli avantajlar sunarak ülke ekonomisine büyük katkılarda bulunan Alternative Transport'un filosuna, Meleq'in ardından Fadiq de katıldı.

İlk seferini gerçekleştirmek için Yalova RO-RO Terminali'nden Trieste'ye demir alan Fadiq, Alternative Transport'un filosunda yer alan Meleq ile birlikte Türkiye'nin en büyük Ro-Ro gemisi olarak 280 treyler kapasitesiyle hizmet verecek. İki katlı konteyner yükleme imkanı sayesinde de kapasitesi istenildiğinde 340 araca kadar çıkarılabilecek. 210 metre uzunluğa ve 32 bin 770 groston yük taşıma kapasitesine sahip Fadiq, saatte 21,3 deniz mili sürat yapıyor.

'DIŞ TİCARETE BÜYÜK KATKI SAĞLIYORUZ'

Akdeniz ve Karadeniz'de en etkin Ro-Ro oyuncusu olmak için çalışmalarını sürdürdüklerini belirten Alternative Transport Genel Müdürü Hakan Yılmaz, "Intermodal taşımacılığın sektörümüz için bir kurtuluş olacağını düşünüyoruz. Ro-Ro'ların, başka bir ifadeyle deniz otobanlarının devreye girmesiyle kara güzergahlarında yaşanan birçok sorunu ortadan kaldırarak sektörümüze ve dış ticaretimize önemli bir katkı sağlıyoruz. Pazarın ihtiyaçları doğrultusunda yatırımlarımıza gelecek dönemde de devam edeceğiz" diyor.

Alternative Transport'u tercih eden nakliyecilerin karayolunu yalnızca 100 kilometre kullanarak İstanbul'dan Avrupa'nın en kuzeyine ortalama 7 günde teslimat gerçekleştirebileceklerine değinen Yılmaz, "Yalova'dan Ro-Ro gemileriyle gelen treylerler, Trieste'de İskandinavya trenine yüklenerek 27 saat sonra Kiel Limanı'na ulaşıyor. Treylerler buradan da aynı gün Ro-Ro gemilerine yüklenerek ertesi sabah Göteborg (İsveç) Limanı'na varıyor." şeklinde konuşuyor.

Hakan Yılmaz, filolarına yeni katılan Fadiq sayesinde yıllık sefer sayısını 600'e yükseltip 120 binden fazla araç taşıyacaklarını ifade ediyor.



MELEQ VE FADIQ'İN İLGİNÇ HİKÂYESİ

Filosundaki Hatche, Paqize, Qezban, Ayshe gibi adlarla dikkat çeken Alternative Transport, Türkiye'nin en büyük iki Ro-Ro gemisine ise Meleq ve Fadiq isimlerini verdi. Şirketin patronu Ahmet Musul, bu isimlerin hikâyesini şöyle anlatıyor: "Denizcilikte gemi 'kadın' anlamına gelir. Depolarımıza çiçek, gemilerimize kadın isimlerini veriyoruz. Türkiye'nin en büyükleri olan son iki geminin hikâyesi biraz farklı. Trafik kazasında kaybettiğim babama annem ismi (Bekir) ile hitap etmez, 'melek' derdi. Bu nedenle o iki gemiden birinin adı 'Meleq' oldu. Diğerine de annemin adını (Fatma) verdik. Çünkü Sivas'ın köylerinde Fatma'ya Fadik denir."

Ekol'ün Yalova Ro-Ro Terminali İstanbul'u rahatlatacak

AVRUPA'NIN ÖNDE GELEN LOJİSTİK SAĞLAYICILARINAN EKOL, YALOVA RO-RO TERMİNALİ'Nİ DEVREYE ALDI. TERMİNAL SAYESİNDE İSTANBUL HAYDARPAŞA'DA YAŞANAN ARAÇ YOĞUNLUĞU ORTADAN KALKACAK VE ANADOLU YAKASINDA RAHATLAMA SAĞLANACAK.

1990 yılında kurulan ve taşımacılık, kontrat lojistiği, dış ticaret, gümrük, tedarik zinciri yönetimi alanında 15 ülkede faaliyet gösteren Ekol, Yalova Ro-Ro Terminali'ni devreye aldı. 2 yıl süren inşaat ve yasal süreçlerin ardından Türkiye ekonomisine kazandırılan terminale, ilk etapta 40 milyon Euro yatırım yapıldı.

Yalova Topçular mevkiinde 80 bin metrekare oturum alanı ve 500 treyler kapasiteli inşa edilen Yalova Ro-Ro Terminali'nde tek iskelede 2 rampa, X-Ray, gümrük binası, laboratuvar, acente ofisleri, sürücüler için sosyal tesisler, 16 bin metrekare geçici depolama alanı ve ADR deposu yer alıyor.

Öncelikle tekstil, ayakkabı, kırtasiye, oyuncak ve deri ürünlerinin ihracat ve ithalatına imkan sağlayacak kansorojen madde testleri de Yalova Ro-Ro Terminali'ndeki laboratuvarda gerçekleştirilebiliyor. Gıda ürünlerinin ihracat ve ithalat işlemleri için gerekli analizlerin yapılacağı bölüm ise önümüzdeki dönemde devreye alınacak. Terminalden ihracat çıkışı yapacak araçların faydalanacağı ÖTV'siz akaryakıt istasyonu da yine önümüzdeki günlerde hizmete girecek.

İstanbul trafiğinden 100 binden fazla treyleri denize kaydıracak olan Yalova Ro-Ro Terminali sayesinde Haydarpaşa'da yaşanan araç yoğunluğu ortadan kalkacak ve Anadolu yakası Harem-Üsküdar hattında rahatlama sağlanacak. Aynı zamanda şehir içi trafikteki saat kısıtlamasının yarattığı operasyonel verimsizlikler sona erecek. 6 Ro-Ro gemisi, haftalık 48 sefer yapan blok trenleri ve 5 bin 500 aracıyla Avrupa'nın önde gelen lojistik sağlayıcıları arasında yer alan Ekol, bugüne kadar Haydarpaşa Limanı'ndan yürüttüğü yurt dışı operasyonları, bundan böyle Yalova Ro-Ro Terminali'nden gerçekleştirecek.

'ÖRNEK ALINAN ŞİRKET OLMAYA TAM YOL DEVAM EDECEĞİZ'

Sadece Türkiye'nin değil, Avrupa'nın da en modern terminali olan Yalova Ro-Ro Terminali'nin hizmete girmesi nedeniyle Ekol Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Musul açıklamalarda bulundu. Musul, "Ülkemizin lojistik olarak en doğru bölgesinde yapılan bu yatırım, başta otomotiv sanayii olmak üzere ihracat süreçlerine önemli katkılar sağlayacak. Şirketimizin olduğu kadar sektörümüzün de büyümesine katkı sağlayan yatırımlarımız, yakın zamanda kalite ve kârlılık anlamında çok daha iyi sonuçlar üreten bir Ekol olmamıza yardımcı olacaktır. Böylelikle hem ülkemizde hem de bölgemizde her geçen gün rakiplerinin çok ötesinde örnek alınan lider bir şirket olmaya tam yol devam edeceğiz." dedi.

Yalova Ro-Ro Terminali ile üretici ve taşıyıcı firmalar için zaman ve maliyet tasarrufu sağlanırken verimlilik artışı yaşanacak. Yeni terminalin çevrenin korunmasına da önemli katkıları olacak. Karayolu yolculuk süresinin düşmesiyle bir yıl içerisinde 3.7 milyon kilogram karbondioksit, 4 milyon kilometre yol, 1.5 milyon litre dizel, 12 bin kilogram tehlikeli atık azaltımı elde edilecek.



HOPAPORT'TAN RUSYA'YA MADEN İHRACATI DEVAM EDİYOR


Meriç Burçin Özer

ERZURUM'DAN HOPA LİMANI'NA GETİRİLEN 2 BİN 898 TON PERLİT MADENİ RUSYA'YA İHRAÇ EDİLDİ. HOPAPORT GENEL MÜDÜRÜ MERİÇ BURÇİN ÖZER, "LİMANIMIZA GELEN GEMİ SAYISI HER GEÇEN GÜN ARTIYOR." DİYOR.

Karadeniz'in en önemli limanlarından biri olan Hopaport'tan Rusya'ya maden ihracatı devam ediyor. Erzurum'un Pasinler ilçesindeki volkanik kayalıklardan çıkartılan ve KALEBLOK-BİMS fabrikalarında işlenip paketlendikten sonra Hopa Limanı'na getirilen perlit madeninin üçüncü partisi, Rusya'ya ihraç edildi. 2 bin 898 ton ağırlığındaki perlit madeni, ATAKA Dış Ticaret tarafından M/V Bakü Pride isimli gemiye yüklendikten sonra Rusya'ya gönderildi. Perlit madeni, izolasyondan gıda, kimya ve deterjan sanayine kadar birçok alanda kullanılıyor.

Hopaport'un lojistik departmanının çok yönlü Ar-Ge çalışmaları, meyve vermeye devam ediyor. Liman üzerinden elleçlenebilecek ürün çeşitliliğini artırma çalışmaları, hem Hopaport'un iş hacmini artırıyor hem de bölge ekonomisine büyük katkı sağlıyor.

Hopaport Genel Müdürü Meriç Burçin Özer, çalışmalar hakkında bilgi verdi. Özer, "Hopaport olarak tüm departmanlarımızla limandaki iş hacmini yükseltmeye çalışıyoruz. Bu anlamda birçok projeyi hayata geçirdik. Yenilerini de geçirmek üzere çalışmalara devam ediyoruz." diyor.

HEDEFİMİZ DAHA FAZLA YÜK TAŞIMAK

Hopa Limanı'nın kendine has özellikleriyle birçok ürünü değişik rıhtımlarda aynı anda elleçleme kapasitesine sahip olduğunu belirten Meriç Burçin Özer, "Tank, tahıl ve çimento terminalimizin yanı sıra genel kargo-proje yüklerini, kömür, kireç, çimento ve benzeri ürünleri de aynı anda elleçleyebiliyoruz. Limanımıza gelen gemi sayısı her geçen gün artıyor. Sayı artarken dikkat çekici bir gelişme de gelen gemilerin tonajlarının da yükselmeye devam etmesi. Limanımıza gelen 36 bin tonluk gemi, bunun örneğidir." şeklinde konuşuyor.

Genel Müdür Meriç Burçin Özer, Türkiye'de son yıllarda deniz taşımacılığındaki gelişmelere paralel olarak gemilerle taşınan yük miktarında artış yaşandığını, bu artışın yansımalarını Hopa Limanı'nda gördüklerini ifade ediyor. Özer, 2018 yılı için önlerine koydukları hedeflere ulaşmak için çalışmalara devam ettiklerini ve önümüzdeki dönemde Hopaport üzerinden daha fazla yük taşınacağını belirtiyor.



İHRAÇ ÜRÜNÜ ÇEŞİTLİLİĞİ ARTIRILMALI

İthalat, Hopaport'un iş hacmindeki ağırlıklı yerini korurken; bölgenin en önemli sıkıntısı, ihraç ürünü çeşitliliğinin kıt olması. Otoriteler, bölgenin en kısa sürede kendi ürünlerini dünya pazarlarına sunma adına çalışmalarını yoğunlaştırması gerektiğini düşünüyor. Bu konuda sanayi odalarına da ciddi sorumluluklar düştüğünün altı çiziliyor. Artvin ve bölge kaynaklarının rantabl olarak değerlendirilmesi, il dışında bulunan işadamlarının da kendi doğup büyüdükleri ata topraklarına yatırım yapmalarının önünün açılması tavsiye ediliyor.

KANSERE KARŞI
HEP BİRLİKTE SAVAŞALIM

KANSER SAVAŞÇILARI DERNEĞİ BAŞKANI ASLI ORTAKMAÇ, HİÇBİR AYRIM YAPMADAN BAŞVURANLARIN YARDIMINA KOŞTUKLARINI BELİRTİYOR. “DİLEYENLER GÖNÜLLÜ OLABİLİR.” DİYEREK BU HASTALIĞA KARŞI HERKESİ SAVAŞMAYA ÇAĞIRIYOR.

Yanlış beslenme, kötü alışkanlıklar ve çevresel faktörler gibi birçok etkene bağlı olarak dünyada ve Türkiye’de sürekli artan bir hastalık kanser. İnsanların ancak yakalandıktan sonra önemsediği bu hastalıkla mücadele eden dernekler var ülkemizde. Kanser Savaşçıları Derneği, bunlardan biri. Derneğin başkanı Aslı Ortakmaç ile kansere karşı nasıl bir savaş verdiklerini konuştuk.

Derneğinizden bahseder misiniz öncelikle? Neler yapar kanser savaşçıları?

İlk olarak 2012’de bir Facebook sayfası olarak çalışmaya başladık. 2015’te ise dernekleştik. Çatı bir dernek olarak faaliyet gösteriyoruz. Tabii ki çocuklara karşı çok





Aslı Ortakmaç

daha hassasız fakat yaş ve cinsiyet ayırmıyoruz. Ulaştığımız savaşanlar arasında çocuk da, yetişkin de, kadın da, erkek de var.

Dernekte isteyen herkes gönüllü olarak görev alabiliyor mu? Gönüllü olma şartları neler?

Dileyen herkes gönüllü olabilir. Web sitemiz kansersavascilari.org adresinden başvuru formunu dolduranları gönüllü toplantılarımıza davet ediyoruz. Ayrıca sosyal medya hesaplarımızda da toplantıların duyurularını paylaşarak takipçilerimizi bilgilendiriyoruz. Böylece hem tanışıyor hem de gönüllü olarak kim, ne yapabilir, bunu konuşuyoruz. Gönüllüler kendi becerileri ya da ilgi alanlarına göre bize destek olabiliyor.

Kanser, yüzyılın en önemli sağlık sorunu. Kansere yakalan hasta sayısı tüm dünyada giderek artıyor. Kanser neden bu kadar yaygın bir hastalık oldu?

İlk iki cümlenize katılıyorum. Kanserin neden bu kadar yaygın olduğuna dair sorunuza ise uzman olmadığımız için yanıt vermemiz uygun olmayacaktır.

Ülkemizde en sık görülen kanser türleri hangileri?

Kanser Daire Başkanlığı’nın verilerine göre, ülkemizde erkekler arasında akciğer, prostat ve mesane kanserleri en sık görülen türler. Kadınlardaysa en sık olarak meme, tiroit ve kolon kanserleri görülmekte.

Kanser hastalığında erken teşhisin önemi nedir?

Çok klişe gelebilir ancak erken tanı gerçekten hayat kurtarıyor. Kanserde hastalığın tedaviye vereceği cevap, tedavinin ve tümörün yaygınlığı ile doğrudan ilişkili. Kanser tedavisi ile erken dönemdeki hastalıklar yüzde 80-90 oranında iyileşirken, ileri dönem hastalıklarında iyileşme oranı yüzde 40-50 olarak belirtiliyor. Örneğin her 7 kadından birinde görülen meme kanseri için 40 yaş sonrası yıllık mamografi çektirmek, meme kanserinde erken tanı şansını çok yükseltiyor. Araştırmalara göre mamografi sayesinde meme kanserinin erken yakalanması, hastalığa bağlı ölüm riskini yüzde 20 ile 70 arasında azaltabiliyor.

BAŞVURAN HİÇ KİMSEYİ REDDETMİYORUZ

Kanser Savaşçıları Derneği olarak tedavi süresince hastalara nasıl destek oluyorsunuz?

Bize, yardımcı olabileceğimiz alanlarda başvuran hiçbir kanser savaşçısını ya da yakınını reddetmiyoruz. Bu kendisi, annesi, komşusu için bir peruk talebi olabilir, çocuğunun tedavi olduğu hastane servisinin yenilenmesi ya da Onkobis hediye edilmesi, psikolojik destek talebi olabilir...

Projelerinizden bahsedebilir misiniz? Bu zamana kadar hangi projeleri gerçekleştirdiniz?

Farklı derneklerle çeşitli projelerde işbirliklerimiz oluyor; fakat Kanser Savaşçıları olarak şu an 4 proje üzerinde çalışmalarımızı

sürdürüyoruz. Bu projelerden kısaca bahsedecek olursam… Saçım Saçın Olsun ile bir yandan insanları saç bağışlamaya teşvik ediyoruz, bir yandan da bağışlanan saçlardan peruk yaptırarak kanserle mücadele edenlere hediye ediyoruz. Böylece tedavi sürecinde saçlarını kaybeden savaşçıların sosyal yaşamlarını olabildiğince rutinlerindeki gibi sürdürebilmelerine uğraşıyoruz. İyi Bak Kendine atölyemizde ise tanı alan kadınların tedavi sürecinde kendilerini iyi hissetmelerine yardımcı olmak için ücretsiz katılımlı bir etkinlik düzenliyoruz. Bu etkinliklere alanında eğitimli güzellik ve makyaj uzmanları, beslenme uzmanı, uzman bir psikolog ve egzersiz konularıyla ilgili bir yetkiliyi de davet ederek tanı alanlara yol göstermeye çalışıyoruz. Oyun Odaları projemizde çocuk onkoloji/hematoloji servislerine oyun odaları yapıyor, servislerin ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanan oyun odalarıyla, minik savaşçıların bu hastalıkla mücadele sürecine destek olmaya çalışıyoruz. Fakat bu projedeki katkımız genelde oyun odasıyla sınırlı kalmıyor ve söz konusu servislerin diğer ihtiyaçlarını da gidermek için elimizden geleni yapıyoruz.

Onkobis adlı güzel bir projeniz de var değil mi?

Evet, son projemiz Onkobis. Serum askılığı olan ve çocukların hastanedeki tedavileri sırasında kullanabilecekleri bisikletlerimiz 'Onkobis'. Uzmanlar rehberliğinde çocukların güvenliğini ve sağlığını ön planda tutarak bu projeyi başlattık. Aslı Bisiklet'in büyük katkısıyla 60 bisikleti ülkemizdeki çeşitli hastanelere hediye ettik. Yeni bisikletler için ise hastanelerin başvurularını bekliyoruz.



500 HASTAYA PERUK HEDİYE ETTİK

'Saçım Saçın Olsun' projeniz çok ilgi gördü. Neler söylemek istersiniz?

Bu projemiz, 2 yıl önce derneğimizin üyesi de olan öğretmen arkadaşımız Esin Dönmez'in bir öğrencisinin lösemi tanısı almasının ardından kendi saçlarını kestirerek öğrencisine peruk hediye etmek istemesiyle başladı. İlk olarak kuaförümüz Servet Çevik'e danıştık. Hiç düşünmeden "Hadi yapalım" dedi. Ardından Cenk Kuaför, "Sonuna kadar yanınızdayım" diyerek destek oldu. Birkaç perukçuya ulaşmaya çalıştık fakat telefonlar suratımıza kapandı. O dönem sadece perukçumuz Haydar Et bize inandı ve ardından Cengiz Peruk desteğini esirgemedi. 100 tane peruğu yapıp yapamayacağımızı düşünürken bugün 500 kişiye peruk hediye ettik.

Bu proje başladığında nasıl karşılandı?

Projeyi 'kozmetik' bularak eleştirenler oldu fakat bunu deneyimlememiş olsak bile maalesef saç kaybının tanı alanları psikolojik anlamda çok olumsuz etkilediğini hepimiz az çok tahmin edebiliyoruz. Çünkü saç kaybı süreci genelde tedavideki en zor kısımlardan biri gibi görünüyor. Zira 'Kanser olduğumu saçlarımı kaybedince idrak ettim' diyen savaşanlar var. Kemoterapi nedeniyle yaşanan saç kaybında bazı savaşçılar daha güçlü kalsa da bu pek kolay değil. Günlük yaşantınıza devam etmeye çalışırken kötü niyetle olmasa bile merakla size yönelen bakışları görüyorsunuz sonuçta. Bu projeyle peruk hediye ettiğimiz savaşanlar, ki bunların çoğu kadın, peruklarını edindikten sonra tanı öncesi yaşantılarına daha kolay dönüyor, işlerine kendilerini daha iyi hissederek gidip çalışıyor. Bu nedenle projemiz boyunca birçok insana dokunduğumuzu düşünüyorum. Sadece o peruğu hediye ettiğimiz tanı alanlar değil, onların mutluluğuna ortak olan ailesine ve yakınlarına da… Bu nedenle bu süreçte bize destek olan tüm bağışçılarımız, kuaförlerimiz, perukçularımız ve dernek gönüllüsü arkadaşlarımıza minnettarım.

KANSER TEDAVİSİNDE ÇIĞIR AÇAN 4 GELİŞME!

Çağın korkulu rüyası kanserde çığır açan gelişmeler yaşandığını, bu gelişmeler sayesinde kanserin birçok türünün tedavi edilebildiğini vurgulayan Acıbadem Maslak Hastanesi Tıbbi Onkoloji Uzmanı Prof. Dr. Gökhan Demir "Artık kanserin konfeksiyon modeli gibi standart kemoterapilerle tedavi edildiği, en ağır tedavi yöntemi olan kemoterapinin pek çok kanser türünde tek tedavi seçeneği olduğu çağ kapandı" dedi.



Prof. Dr. Gökhan Demir

Dünyada her yıl 14 milyon, ülkemizde de her yıl yaklaşık 150 bin yeni kanser olgusu teşhis edilirken, Prof. Dr. Gökhan Demir, kişiye ve tümöre özel yaklaşımlar sayesinde, tedavinin tam olarak sağlanamadığı ileri evrelerde bile kanserin artık kronik bir hastalık haline getirilerek yıllarca kontrol altında tutulabileceğini vurguluyor. Prof. Dr. Gökhan Demir, son yıllardaki kanser tedavisiyle ilgili 4 dev adımı anlattı.

HEDEFE YÖNELİK TEDAVİLER VE AKILLI MOLEKÜLLER

Demir, "Kemoterapi artık pek çok kanser türünde tek tedavi seçeneği olmaktan çıkarken, eskiden kemoterapiye cevap vermeyen melanom, böbrek kanseri ve nadir görülen bağırsak sarkomu gibi tümörlerde bugün akıllı moleküller sayesinde hastalık yıllarca kontrol altında tutulabiliyor. Öte yandan; tümör hücrelerini yok ederken sağlam hücrelere de zarar veren, bu nedenle saç dökülmesi, ağız yaraları, bulantı, kusma gibi ciddi yan etkilere yol açan kemoterapinin de bugün yan etkilerini çok azaltan etkin yöntemler ve destek ilaçlar var. Buz şapkası yöntemi ile saç dökülmesi sorunu da engellenebiliyor. Hedefli tedaviler ise kemoterapiden farklı olarak sadece kanser hücrelerine saldıran ve onları yok eden ilaçlar olduğundan, kanser hücrelerindeki genetik bozuklukları hedef alıyor" ifadelerinde bulundu.

LİKİD BİYOPSİ

Son yıllarda kanserli hücreden salgılanan genetik materyalin kandan izole edilmesi ve bu materyalin moleküler ile genetik özelliklerinin tanımlanmasını sağlayan likid biyopsi tekniğinin onkolojinin geleceğinde çığır açmaya yönelik bir teknik olarak gösterildiğini belirten Demir, bu teknikle kanserin gelecekte radyolojik olarak gösterilemeyecek kadar küçükken bile teşhis edilebileceğini söyledi.

SİHİRLİ MERMİLER

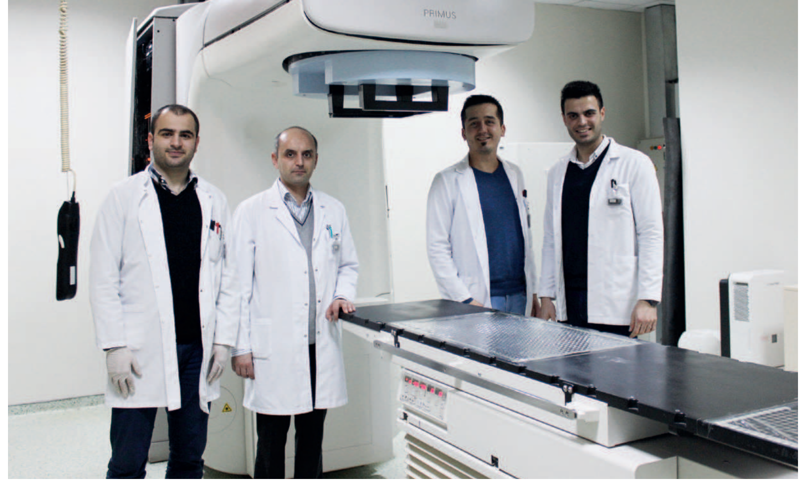
Demir, "Vücudun bağışıklık sistemi tarafından üretilen bazı moleküllerin kanserli hücrelerde bulunan bazı hedeflere karşı üretilmesi onkolojide son yıllarda elde edilen bir diğer önemli adım. 'Sihirli mermiler' diye adlandırılan bu biyolojik tedavi ajanları bugün lenf bezi kanserlerinde, meme kanserlerinde, kalın bağırsak kanserlerinde ve baş ile boyun kanserlerinde etkin olarak kullanılıyor. Bu sihirli mermiler klasik tedavilere eklendiğinde, kemoterapi veya radyoterapinin etkisini yüzde 30-50 oranında artırıyor" dedi.

İMMÜNOTERAPİ

Vücudun kendi bağışıklık hücrelerinin kanser tedavisinde kullanılabilmesinin(immünoterapi), onkolojik tedavilerde son yıllarda atılan en büyük adım olarak nitelendirildiğini ifade eden Demir, "Son yıllarda özellikle ölümcül bir cilt kanseri olan melanomda yapılan öncü çalışmalar kanserli hücrenin nasıl bağışıklık sistemini kandırdığını, kendisini sakladığını tıp dünyasına öğretti. Bu bilgiler ışığında üretilen yeni moleküller bağışıklık hücrelerinin kanserle savaşta etkin olarak kullanılabilmesini sağladı. Üretilen yeni kuşak immünoterapi ilaçlarıyla melanom, akciğer kanseri, böbrek ve mesane kanseri, baş boyun kanserleri, mide ile bağırsak kanserlerinde önemli başarılar sağlanıyor. Bugün özellikle melanom ve akciğer kanserlerinin bazı türlerinde kemoterapi tedavisini hiç kullanmadan sadece bağışıklık sistemi uyarıcı immünoterapi yöntemiyle ileri evre hastalıkta bile tam şifa sağlanabiliyor" diye konuştu.

HASTALARIMIZA KONFORLU BİR TEDAVİ SUNUYORUZ

Bölgenin ilk ve tek radyoterapi merkezi olarak kurulan Ada Onkoloji, Ordu'da son teknoloji cihazlar, eğitimli ve deneyimli çok sayıda medikal personelle birlikte yıllardır sağlık hizmeti sunuyor. Yüksek teknolojik linak cihazı ile 3 boyutlu konformal radyoterapi ve yoğunluk ayarlı radyoterapi yapan merkezin radyasyon onkoloğu Yrd. Doç. Dr. Erkan Göcen ile kanserin nedenlerini ve tedavi yöntemlerini konuştuk.



ORDU MERKEZLİ OLARAK GİRESUN, FATSA VE ÜNYE GİBİ ŞEHİRLERE HİZMET VEREN ADA ONKOLOJİ, BÖLGENİN İLK VE TEK RADYOTERAPİ MERKEZİ. RADYASYON ONKOLOĞU YRD. DOÇ. DR. ERKAN GÖCEN, HASTALARINA KONFORLU VE HUZURLU BİR TEDAVİ SUNDUKLARINI SÖYLÜYOR.

Kanser, yüzyılın en önemli sağlık sorunu. Kansere yakalanan hasta sayısı tüm dünyada giderek artıyor. Kanser neden bu kadar yaygın bir hastalık oldu?

Kanser, vücudumuzdaki normal çoğalması gereken hücrelerin, dış etkenler sebebiyle kontrolden çıkarak durmadan çoğalması olarak tanımlanabilir. Diğer bir tanımla hücrelerin vücuda baş kaldırması sonucu kontrolden çıkmasıdır. Bu durumda durmadan çoğalan kanser hücreleri normalde yapması gereken görevi yapamadığı için vücudumuz için zararlı bir kitleye dönüşmektedir. Kanser tek bir hastalık olmadığı için tek bir sebebi de yoktur. Her organın ayrı bir kanseri mevcuttur. Dolayısıyla her organın etkilendiği dış etmenler farklıdır. Mesela, yanlış beslenme alışkanlıkları sindirim sistemi kanserlerine yol açarken; uzun süre kimyasal ve ağaç tozlarına maruz kalmak, solunum sistemi kanserlerine yol açabilir. Sigarayı özellikle vurgulamak için sona sakladım. Çünkü sigara neredeyse bütün organlarda etkili kanserojen bir maddedir. Alkolün de kansere yol açtığı ispatlanmıştır. Günümüzde beslenme alışkanlıklarının doğallıktan uzaklaşmış olması, işlenmiş gıdaların daha fazla tüketilmesi, sigara ve alkol kullanımının hem kadınlarda hem de erkeklerde artması, kanserin yaygınlaşmasında en önemli faktörlerdir. Kanserin sık rastlanılan hastalık olmasının bir sebebi de eskiden tanı konulamayan kanser hastalarına günümüzde gelişen teknoloji sayesinde artık tanı konulabilmesidir.

HER KANSERİN SEBEBİ VE ŞİKAYETİ FARKLI

Ülkemizde erkeklerde ve kadınlarda en sık görülen kanser türleri hangileri?

Ülkemizde, gelişmiş diğer ülkelerdekiyle benzer olarak erkeklerde en sık akciğer ve prostat, kadınlarda ise en sık meme ve bağırsak kanseri görülmektedir.

Kanserin en yaygın belirtileri nelerdir? Ne gibi değişikliklerde zaman kaybetmeden doktora gitmek gerekir?

Her organın kanser belirtileri farklıdır. Bu şikayetler pek çok hastalıkla karışabilir. En önemli belirti, bu şikayetlerin uzun süredir devam etmesidir. Şikayetlerde en kısa zamanda doktora başvurulmalıdır. Şunu da önemle belirtmek gerekir ki kanser genelde erken evrelerde şikayete yol açmaz. Şikayet olduğu anda geçmesini beklemeden hemen doktora gidilmelidir.

Ada Onkoloji olarak kanser tanısını koymadan önce hastayı hangi taramalardan geçiriyorsunuz?

Kanser tanısı koymak için hastanın multidisipliner bir şekilde incelenmesi gerekir. Şikayetlerine yönelik ilgili hekimce fizik muayenesi yapıldıktan sonra öncelikle laboratuar testleri istenir. Görüntüleme yöntemlerinden uygun olan seçilerek hastanın Bilgisayarlı Tomografi, MR, PET-CT

gibi tetkikleri yapılır. Kitle tespit edildikten sonra patolojik tanı için biopsi veya ameliyat yapılır. Hasta bu aşamaları tamamladıktan sonra merkezimize başvurur. Tanısı konan hastaya gerekirse evreleme amaçlı yeni tetkikler istenir. Uygun olan hastaların radyoterapi planlaması yapılır.

YAN ETKİ YAŞANMASI EN AZ SEVİYEDE

Bölgenin ilk ve tek radyoterapi merkezi olarak kanser tedavisinde kullandığınız temel yöntemlerden bahseder misiniz?

Radyoterapi pek çok kanserin tedavisinde kullanılan etkili ve önemli bir tedavi seçeneği. Kanserin yayılmasının veya yinelemesinin önlenmesinde önemli bir yere sahip. Radyoterapi radyasyonla kanserli hücreleri öldürmeye yönelik bir tedavi şekli. Bunun için özel olarak üretilmiş teknolojik radyoterapi cihazları kullanılmakta. Teknolojik gelişmelere paralel olarak radyoterapi cihazları da gelişmektedir. Merkezimizde gelişmiş tekniklerden biri olan yoğunluk ayarlı radyoterapi (IMRT) olarak adlandırılan teknikle hastalarımız tedavi edilmektedir. Bu tekniğin en büyük avantajı, kanserli dokuya yeterli doz radyasyon verirken sağlıklı hücrelerin zarar görmesini önlemesidir. Böylelikle yan etki yaşanması en az seviyede kalmaktadır. Eski tekniklerde ciddi yan etkiler izlenirken uyguladığımız teknikte yan etki çok az izlenmektedir. Hastalarımız konforlu bir şekilde tedavilerini almaktadırlar.

Kanser hastalığında erken teşhisin önemi nedir?

Kanser belirtileri genellikle ileri evrelerde ortaya çıktığı için erken evre kanser yakalama oranları maalesef istenilen düzeyde değil. Burada tarama testlerinin önemi ortaya çıkıyor. Herhangi bir şikayeti olmayan belli bir yaşın üstündeki veya ailesinde kanser öyküsü olan sağlıklı kişilerin tarama testlerini yaptırması erken teşhis için önemli. Kanserde erken teşhisle hastalığın tamamen iyileştirilmesi mümkün. Prostat kanseri, gırtlak kanseri, nazofarenks kanseri gibi kanserlerde radyoterapi tedavisiyle tamamen kür sağlanabilmekte.

GİRESUN, FATSA VE ÜNYE'YE SERVİSLERİMİZ VAR

Merkeziniz kanser tedavilerinden olumlu sonuç almada ne kadar başarılı?

Kanser tedavisi, multidisipliner dediğimiz pek çok bilim dalının bir arada çalıştığı bir süreç. Bu sürecin önemli bir kısmını radyoterapi oluşturuyor. Merkezimizde son teknikle yapılan radyoterapi sonrasında hastalarımızdan ve diğer hekim arkadaşlarımızdan aldığımız geri bildirimler çok olumlu. Hastalarımız tedavi süresince oldukça rahat bir ortamda tedavilerini almakta. Bu durum hastalarımızın psikolojileri üzerinde çok olumlu etki bırakıyor. Bu sayede kanser tedavisindeki sonuçlarımız özellikle büyük şehirlerle benzer oranda seyrediyor. Burada şu noktaya da dikkat çekmek istiyorum. Her ne kadar adı bile insanı ürkütmeye yetse de merkezimiz ve ekibimiz kanser tedavisinde oldukça iyi durumda. Artık kanser çaresiz bir hastalık olmaktan hızla uzaklaşmakta. Bu yüzden hastalarımızın bu hastalıkla mücadelede yalnız olmadıklarını bilerek morallerini en yüksek seviyede tutmaları çok önemli.

SGK'lı hastadan ücret talep ediliyor mu? Bize biraz hasta hizmetlerinizden bahseder misiniz?

SGK ile tam kapsamlı bir anlaşmamız mevcut. Bu sebeple hastalarımızdan herhangi bir ücret talep edilmiyor. Ordu ve Giresun başta olmak üzere çevre illerdeki hastalarımıza da hizmet sunuyoruz. Radyoterapi tedavisi uzun soluklu bir tedavi olduğu için hastalarımızın hafta içi her gün merkezimize gelmesi gerekiyor. Hastalarımızın ulaşım problemini çözme adına Giresun, Fatsa ve Ünye'ye her gün servislerimiz mevcut. Ayrıca isteyen hastalarımız için misafirhane hizmetimiz de bulunuyor. Hastalarımız merkezimizde konforlu ve huzurlu bir ortamda radyoterapi tedavilerini tamamlayabiliyor.



SIK GÖRÜLEN KANSER TÜRLERİNDE UYARICI OLABİLECEK BELİRTİLER

Nefes darlığı, aşırı yorgunluk, kilo kaybı, tuvalet alışkanlıklarında değişiklik, kanama, memede ele gelen kitle, ciltte uzun süredir iyileşmeyen yaralar, şekil değiştiren benler, ses kısıklığı, idrar yapmada zorluk, idrarda kanama, burun kanaması, baş ağrısı, baş dönmesi, geçmeyen ağrılar.

KANSERDEN KORKMAYIN KORUNUN!


Meral Günaldı

KANSER, HERKESİN KORKULU RÜYASI. DOĞALLIKTAN UZAK YAŞAM, YAYILMASINI HIZLANDIRIYOR. İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ VM MEDICAL PARK FLORYA HASTANESİ MEDİKAL ONKOLOJİ UZMANI DOÇ. DR. MERAL GÜNALDI, KANSERİN NEDENLERİNİ ANLATTI.

Kanser, günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkelerde hızla artıyor. Bu duruma doğal yaşamdan uzaklaşmanın neden olduğu söylenebilir. Oysa kanserden korunma, en etkili, en ucuz ve en risksiz yöntem. İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Florya Hastanesi Medikal Onkoloji Uzmanı Doç. Dr. Meral Günaldı, kanserin nedenlerini ve korunma yöntemlerini anlattı.

YAŞAM KOŞULLARI ÇOK ÖNEMLİ

Günaldı'ya göre, kanserlerin yaklaşık yüzde 85-90'ı yaşam tarzı ve çevresel faktörler gibi, potansiyel olarak kontrol edilebilen nedenlere bağlı. Bilimsel veriler, kanserin önlenebilen bir hastalık olduğunu gösteriyor. Günaldı, kansere yol açtığı düşünülen nedenleri ise şöyle sıralıyor:

TÜTÜN: Kanserden ölümlerin yüzde 30'u tütünle ilişkili. Sigara içimi dışında pipo, puro kullanımı veya tütünün çiğnenmesi, enfiye uygulaması da riski artırıyor. Ayrıca pasif içicilik olarak tanımlanan, kapalı yerlerde uzun süre sigara dumanına maruz kalma da riski artırıyor.

BESLENME: Kansere bağlı ölümlerin yaklaşık yüzde 35'i, kötü beslenme kaynaklı. Liften zengin gıdalarla beslenmek, kolorektal (sindirim sistemi) ve hormonla ilişkili kanserlerin riskini azaltır. Meyve ve sebzelerdeki vitaminlerin, selenyum, magnezyum ve kalsiyumun DNA tamiri, bağışıklık sistemi üzerinden ve antioksidan olarak koruyucu etkisi olabileceği bildirilmiştir. Öte yandan alkol alımı, ağız boşluğu, karaciğer ve pankreas kanseriyle ilişkilidir. Ölümlerin yüzde 3-4 kadarından sorumludur.

CİNSEL DAVRANIŞ-ÜREME FONKSİYONLARI: Kansere bağlı ölümlerin yüzde 7'si bunlara bağlıdır. Erken adet görme, geç menopoz, geç ilk doğum veya hiç doğum yapmamış olmak, meme ve yumurtalık kanseri riskini artırır. Çok partnerle ilişki, kötü genital hijyen, erken cinsel yaşam ve çok doğum yapmak, HPV (insan papilloma virüsü) ile ilişkili olarak serviks (rahimin vajinaya açıldığı yer) kanseri riskini artırır.

ÇEVRESEL FAKTÖRLER: Asbest, radon, nikel, uranyum gibi kanserojenler, kansere bağlı ölümlerin yüzde 4'ünden sorumludur. Akciğer ve cilt kanseri başta olmak üzere pek çok kansere yol açabilir.

FİZİKSEL ETKENLER: Kansere bağlı ölümlerin yüzde 3 kadarı ultraviyole ışınları ve iyonize radyasyonlara bağlıdır. Cilt kanserleriyle ultraviyole; tiroid kanseri, lösemi ve lenfomalar başta olmak üzere pek çok tümörle de radyasyon arasında ilişkiler bilinmektedir.

GENETİK FAKTÖRLER: Çeşitli kanser türlerinde ailesel faktörler etkilidir. Örneğin, ailesinde meme veya yumurtalık kanserlerinin bulunduğu kişiler yüksek risk grubundadır. Ancak kanser gelişme riski yüzde 100 değildir. Bu oran yüzde 30-85 arasında değişebilir. Bu kişilere risk azaltıcı tedaviler ya da ayrı bir tarama programı uygulanmaktadır.

KANSERDEN KORUNMADA UYULMASI GEREKENLER

-Sigara içmeyin, içirmeyin.
-Haftada 3-5 gün düzenli egzersiz yapın.
-Şişmanlamayın.
-Günde 4-5 porsiyon meyve ve sebze yiyin.
-Diyette doymuş yağ miktarını en aza indirin.
-Günde bir kez düşük dozda aspirin alınmalı (kolon kanserinde koruyucu etkidedir).
-Alkol kullanmayın ya da en aza indirin.
-Güneş yanıkları ve uzun güneş banyolarından kaçının.
-50 yaş üzeri kadınlar yılda bir, 40-49 yaş arasındakiler ise 1 veya 2 yılda bir mamografi incelemesi yaptırmalı.
-20 yaş üzeri her kadın ayda bir kendi memesini muayene etmeli.

BAZI KANSERLERİ TAMAMEN İYİLEŞTİRMEK MÜMKÜN

İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Florya Hastanesi'nden Radyasyon Onkolojisi Uzmanı Dr. Murat Emin Güveli, çağın vebası haline gelen kanser hastalığının tedavisiyle ilgili bilgiler verdi.

Tüm dünyada kanser vakaları artıyor. Nedeni ise insanların kanserojen maddelere daha sık maruz kalması. İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Florya Hastanesi'nden Radyasyon Onkolojisi Uzmanı Dr. Murat Emin Güveli, kanser tedavisiyle ilgili bilgiler verdi.

Dr. Murat Emin Güveli; cerrahi, kemoterapi ve radyoterapi konularıyla ilgili olarak şunları söyledi: "Çağımızda insanlar kanserojen maddelere daha sık maruz kalıyor. Sigara, alkol ve gıdalardaki katkı maddeleri kansere davetiye çıkarıyor. Kanser tedavisiyle ilgili birçok çalışma yapılıyor. Ancak bütün gelişmelere rağmen cerrahi, kemoterapi ve radyoterapi, en yaygın tedaviler olarak ön plana çıkıyor. Her tedavide olduğu gibi kanser tedavisinin de bazı yan etkileri olmaktadır. İyi bir cerrahi teknik, doğru ve etkin bir kemoterapi, bunların yanı sıra hedefe yönelik ve sağlam dokuları maksimum oranda koruyarak yapılacak bir radyoterapi tedavisi planı, uzun dönemde hastanın yan etkilerden en az etkilenmesi için çok önemli. Teknolojinin gelişmesiyle stereotaksik radyocerrahi (ışın tedavisi), yoğunluk ayarlı radyoterapi gibi 2000'lerin başlarına göre çok daha etkin cihazlar, artık kanserde ışın tedavisi için vazgeçilmez hale geldi. İyi doz dağılımları sayesinde, hastalıklı doku ya da organa yüksek doz verilirken, etraftaki sağlam dokuların da en düşük doz ışına maruz kalması sağlanıyor. Böylece hasta tedavi sonrası daha az problem yaşıyor. Ayrıca, bu kadar iyi doku hedeflemesinin yapılabilmesi, bazı kanser türlerinin (geniz, gırtlak, akciğer, prostat) erken evrelerinde tek başına radyoterapi veya kemoradyoterapi ile hastayı ameliyatsız tamamen iyileştirmek mümkün."


Murat Emin Güveli



Okul zehirlenmelerinde acil müdahale çok önemli

Geçtiğimiz günlerde Adana'da okulda yediği yemekten zehirlenen 7 yaşındaki bir kız çocuğunun hayatını kaybetmesi, okul yiyeceklerinin güvenilirliği ve olası zehirlenmelerde acil yardımın önemini bir kez daha gündeme getirdi. Medyada sık sık haber olan süt, sebze, meyve, et ve benzeri besin zehirlenmeleri, ne yazık ki bazen ölümle sonuçlanabiliyor. Okullarda çocukların besin zehirlenmesi yaşaması durumunda ne yapılması gerektiğini Medline Sorumlu Müdürü Dr. Koray Akay'a sorduk:

Gıda zehirlenmesi neden olur?

Besinlerin içerisindeki zararlı bakterilerin tüketimiyle ya da bakterilerin ürettikleri zehirli maddelerin besinlere bulaşmasıyla gıda zehirlenmeleri meydana gelir. Besinlerin satın alındıktan sonra uygun şekilde saklanması, pişirilmesi ve soğutulması, gıda zehirlenmelerini engeller. Özellikle riskli yiyecekler grubuna giren besinler; et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, patates, salata sosları, pirinç ve çeşitli tahıl ürünleri, mayonez, deniz ürünleri ve meyvelerdir.

Çocuklar gıda zehirlenmesi yaşadığını nasıl anlar?

Yemek sonrası kişi kendisinde karın ağrısı, bulantı, kusma, ishal, baş ağrısı ve ateş gibi belirtiler hissediyorsa gıda zehirlenmesi geçiriyor olabilir. Ateş görülmeyen gıda zehirlenmeleri genelde 5-6 saat sonra son bulur. Ateşli gıda zehirlenmeleri ise daha uzun süre devam eder ve daha risklidir.

Durumun aciliyeti nasıl anlaşılır?

Çocuk uzun süredir kusuyorsa, kakasında kan görünüyorsa, karında şişkinlik varsa, sulu dışkılaması günde 4 defadan fazlaysa ve ateş kontrol edilemiyorsa zaman geçirmeden acil yardım istenmeli veya çocuk hastaneye götürülmelidir. Okulda besin zehirlenmesinden şüphelendiğimiz çocuğun şikayetine göre ilk müdahale yapılmalıdır. Kusma, bulantı, karın ağrısı ön planda ise hasta birkaç yastıkla yaklaşık 45 derecelik açı ile yatırılır, ayaklarının altına sıcak su torbası, havlu veya termafor konulabilir. İshal, ateş ön planda ise su içirmeye çalışmak yeterli olacaktır.

Besin zehirlenmesi için nasıl tedavi uygulanır?

Besin zehirlenmesi geçiren çocuğa iyileşene kadar çoğunluğu su olmak üzere sıvı gıdalar verilir. Ateş ve sulu dışkılama ön plandaysa dışkı tahlili yapılarak çocuğun besin zehirlenmesi durumu yaşayıp yaşamadığı, eğer besin zehirlenmesi varsa hangi bakterinin buna sebep olduğu tespit edilir ve tedavi ona göre düzenlenir.



BESİN ZEHİRLENMESİ YAŞAMAMAK İÇİN NELERE DİKKAT ETMELİ?

-Dışarıdan alınan paketlenmiş ürünlerin son kullanma tarihlerine bakılmalı. Paket şeffaf ise incelenerek kontrol edilmeli.
-Yiyecek, içecek ve tüm besin maddelerini ele almadan önce eller mutlaka iyice yıkanmalı.
-Çiğ tüketilecek sebze ve meyveler akan su altında iyice yıkandıktan sonra tüketilmeli.
-Yenilecek yemeklerin tekrar tekrar ısıtılmadığından emin olunmalı.
-Açıkta bekletilen yemekler tüketilmemeli.
-Et, tavuk ve balıkların iyi paketlenmiş şekilde buzdolabında saklandığı kontrol edilmeli.
-Buzdolabına yerleştirilecek besinler, birbirine temas etmeyecek şekilde yerleştirilmeli.

SORUN YASALARDA DEĞİL KAFALARDA

Tüm dünyanın olduğu kadar ülkemizin de en büyük sorunlarından biri, kadınların sosyal hayattan soyutlanmaları. Hâlâ belli bir yaştan sonra eğitim hayatları sona eriyor, iş hayatında fazla yer alamıyorlar ve dolayısıyla sosyal hayattan da uzak kalıyorlar. Buna rağmen her alanda yönetici pozisyonunda birçok kadın görüyoruz. Onlardan biri de İstanbul Kültür Eğitim Kurumları Okullar Koordinatörü Biriz Kutoğlu. Kutoğlu ile kadınların sorunlarını konuştuk.

Ülkemizde kadınların iş hayatındaki yerinden başlayalım. Sizce son durum ne?

19. Yüzyıl sonlarından bu yana kadınların daha eşit ve daha yaşanılır dünya için verdikledi mücadele, toplumların her kesiminde yankısını buldu ve destek gördü. Günümüzde uluslararası insan hakları belgelerinde her insanın eşit ve özgür doğduğu, herkesin insan haklarına ve temel özgürlüklere hiçbir ayrım gözetilmeksizin fırsat eşitliği çerçevesinde sahip olduğu ve cinsiyete dayalı ayrımcılığın kabul edilemezliği ilkeleri benimsendi. Ancak araştırmalar gösteriyor ki profesyonel anlamda yönetim kademesine kadar yükselen kadınların sayısı oldukça az. Kadınlar, yönetici olarak, kurumsallaşmış ve genellikle yabancı şirketlerde yer alıyorlar. Bununla birlikte kadın yöneticilerin yüzde 90'a yakını orta kademede görev yapıyor. Bu sayıların giderek daha çok artacağına inanıyorum.

İş hayatındaki kadınların sayısı neden yavaş artıyor?

Araştırmalar, Türkiye'de kadınların iş hayatında yönetici pozisyonuna gelebilmesi için hem kendi bakış açılarını hem de toplumun bakış açısını değiştirmek zorunda olduğunu gösteriyor. Kadının iş hayatında kalmasını kolaylaştıran yasal düzenlemeler yetersiz ancak dahası, var olan yasaların da tam anlamıyla uygulanmaması. İş hayatında kadının önüne çıkan ve çıkarılan engeller 30 yıldır değişmemiş. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 2017 verilerine göre, Türkiye'de kadın istihdam oranı artmış ancak orta ve üst düzey kadın yönetici sayısında paralel bir artış görülmemiş. Kadınların, kariyer yolculuğunda ev sorumluluklarıyla ilgili yeterli desteği alamayınca, kariyer hedeflerini hayatlarından çıkardığını düşünüyorum.


Biriz Kutoğlu

İSTANBUL KÜLTÜR EĞİTİM KURUMLARI OKULLAR KOORDİNATÖRÜ BİRİZ KUTOĞLU, "ÜLKEMİZDE KADIN-ERKEK EŞİTLİĞİNE DAİR YASALAR YETERLİ OLSA DA TOPLUMDA SORUNLAR OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORUM." DİYOR.





'ÇALIŞAN ERKEK' YOK, 'ÇALIŞAN KADIN' NEDEN VAR?

Ülkemizde birçok kadın, eğitim-öğretim imkânlarından ve çalışma hakkından yoksun bırakılıyor. İş hayatına girdiğinde ise ayrımcılık ve gelir adaletsizliği gibi birçok sorunla karşılaşabiliyor. Kadının toplumdaki ve iş dünyasındaki bu konumunun değişmesi sizce neye bağlı? Bu değişimde eğitimin rolü ne derece önemli?

İş hayatı, bir yandan kadının üretkenliğini, toplumsal saygınlığını, özgüvenini artırıp ekonomik özgürlüğünü sağlarken; diğer yandan geleneksel değerlere dayalı tutumların sürdürülmesi de kadın için çeşitli sorunları beraberinde getiriyor. Ülkemizde kadın-erkek eşitliğine dair yasal gereklilikler çok büyük oranda yerine getirilmiş olsa da toplumsal hayatta kadın ve erkeğin eşit görülmesinde sorunlar olduğunu düşünüyorum.

Ne gibi sorunlar?

Dünya üzerinde 'çalışan erkek' gibi bir kavram yokken 'çalışan kadın', 'çalışan anne' gibi kavramların olması bile kadının iş hayatında yaşadığı zorlukların bir ispatıdır. İşte 'çalışan kadın', bu algıya karşı dimdik ayakta duran kadındır. Her sorunun çözümünde olduğu gibi kadınların iş yaşamında karşılaştığı problemin çözümünde de 'eğitim' var. Son yıllarda kamu ve özel sektör tarafından yürütülen kız çocuklarının eğitilmesini teşvik eden proje ve kampanyaların uzun vadede kadınların kariyer yaşamlarına olumlu etki edeceğini düşünüyorum. Kadınlara mesleki eğitim veren, iş edindiren kurs ve programların iş hayatında kadın istihdamının artırılmasında önemi büyük.

ŞİDDETİN SON BULMASI EN BÜYÜK ARZUM

Şu an İstanbul Kültür Eğitim Kurumları Okullar Koordinatörü olarak görev yapıyorsunuz. Görevinizi yerine getirirken nelere dikkat ediyorsunuz? Kadın bir yönetici olarak nasıl bir yönetim modelini benimsiyorsunuz?

Adil olabilmek, olayları doğru analiz edebilmek, iletişim biçimi çok önemli. Ben, demokratik bir yönetim modelini benimsiyorum. Takım ruhunun oluşması ve takım oyuncusu olabilen lider olmak bence çok önemli. Yanlışlara karşı yaptırım uygulayan değil, iş geliştiren yönetici olabilmeyi önemsiyorum. Denetleyen değil, destek sağlayan yönetici olmak da işin bir başka boyutu. İş yerinde başarı; hedef belirleme, planlama, iletişim, motivasyon ve mutlulukla ortaya çıkıyor.

Türkiye'de son dönemde daha da artan kadına yönelik şiddet olaylarıyla ilgili düşünceleriniz nedir? Sizce Türkiye'de kadına yönelik şiddetin son bulması için neler yapılmalı?

21. Yüzyıl'ın en büyük insan hakları meselelerinden biri, kadın hakları meselesidir. Kadına yönelik şiddet ne yazık ki var olan, son zamanlarda Türkiye'de artan ve hepimizi derinden yaralayan bir konu. Kadına şiddetin son bulması ve kadınların hak ettiği değeri görmeleri, bir kadın, bir anne, bir eğitimci ve bir Cumhuriyet kadını olarak en büyük arzum. Kadına yönelik şiddetin son bulması için hukukta düzenlemeler yapılması, kız çocuklarının eğitim sürecine katılımının desteklenmesi, çocuk evliliklerin önlenmesi, kadınlara yönelik mesleki gelişim programlarının ve kadın istihdamının teşvik edilmesi, toplumumuzun kadın erkek eşitliği konusunda erken yaşlardan itibaren bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

İNANIYORUM Kİ DAHA DA GÜÇLENECEĞİZ

Kadınların bir gün güçleneceğine inanıyor musunuz?

İnanıyorum. Yaşadığı topluma katkıda bulunan, sırf kadın olduğu için karşılaştığı olumsuzluklara karşın üretmeye devam eden biz kadınlar, girişimcilik, bilim, teknoloji, sanat, spor, eğitim ve daha pek çok alanda sayıca daha da güçleneceğiz. Kadınlara birçok Avrupa ülkesinden çok daha önce siyasi haklarını veren Cumhuriyetimizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün de dediği gibi "Mümkün müdür ki bir toplumun yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça diğer kısmı göklere yükselebilsin? Şüphe yok ilerleme adımları, iki cins tarafından beraber, arkadaşça atılmalı ve gelişme sahalarında ve yenilikte birlikte mesafe alınmalıdır."

Dünya Kadınlar Günü ile ilgili mesajınız nedir?

8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nü içtenlikle kutlar, bugünün tüm dünyada ve ülkemizde, kadınların başta yaşam hakları olmak üzere, sosyal yaşamın tüm alanlarında eşit haklar elde ettikleri, birlik ve beraberlik için de yaşadıkları gün olarak kutlanmasını temenni ederim.



TOYZZ SHOP'TA ÇAĞLA ŞIKEL RÜZGÂRI

Capacity Alışveriş Merkezi'nde yer alan Toyzz Shop mağazası, ünlü manken Çağla Şıkel ile oğulları Uzay ve Kuzey'in katıldığı Nerf Nitro etkinliğine imza attı. Uzay ve Kuzey, rampalarla tasarlanan parkurda yeteneklerini sergiledi.

İstanbul Bakırköy'de yer alan Capacity Alışveriş ve Yaşam Merkezi, birbirinden güzel etkinliklere ev sahipliği yapmaya devam ediyor. Bunlardan birine, Capacity'deki Toyzz Shop mağazası imza attı. Yüzlerce çeşit oyuncakların satıldığı Toyzz Shop, 23 Şubat Cuma günü hız tutkunu ziyaretçileriyle muhteşem bir etkinlik gerçekleştirdi. Nerf Nitro etkinliğine ünlü manken Çağla Şıkel ile oğulları Uzay ve Kuzey katıldı. Hayattan zevk almayı bilen büyük-küçük herkesin zevkle oynadığı Nerf Nitro setlerinin tanıtıldığı etkinlikte, Toyzz Shop hayranı çocuklar ve aileleri de eğlenceli dakikalar geçirdi.

Birbirinden farklı parkurların düzenlendiği Toyzz Shop mağazasındaki etkinlik alanında Kuzey ve Uzay doyasıya oynayarak eğlenceli dakikalar geçirdi. Kuzey ve Uzay, rampalarla tasarlanan ve Nerf silahlarından arabaların fırlatıldığı parkurda yeteneklerini sergiledi. Çağla Şıkel de oğullarını zevkle izledi.

'EN BÜYÜK İDEALİMİZ ÇOCUKLARI MUTLU GÖRMEK'

Gün boyunca ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği Nerf Nitro etkinliğinde, oyuna katılan herkese Capacity AVM Toyzz Shop mağazasında geçerli 20 TL'lik hediye kuponları verildi. Ayrıca etkinliğe katılan yarışmacılar bol sürprizli hediyeleri kazanma fırsatı yakaladı.

Çocukları mutlu görmenin, hayallerini gerçekleştirmenin ve onlara ayrıcalıklı deneyimler sunmanın en büyük idealleri olduğunu belirten Toyzz Shop Pazarlama Grup Müdürü Didem Özgüven, "Yıl boyunca Türkiye genelinde 47 şehirde ve Kuzey Kıbrıs'taki 192 mağazamızda çocuklar için pek çok etkinliğe ev sahipliği yapıyoruz. Çocuklara ve ailelerine teşekkür eder, başarı dolu bir eğitim-öğretim yılı geçirmelerini dileriz." şeklinde açıklamalarda bulundu.

ANKARA'NIN ÖDÜLLÜ KARMA YAŞAM KOMPLEKSİ...



Zeynep Tarhan Koç

ULUSLARARASI ÖDÜLLERE LAYIK GÖRÜLEN SIRA DIŞI ETKİNLİKLERİYLE, ANKARA'NIN KÜLTÜR VE SANAT HAYATINA DEĞER KATTIKLARINI SÖYLEYEN NEXT LEVEL AVM MÜDÜRÜ ZEYNEP TARHAN KOÇ, "BU YILIN SONUNDA DÜZENLEYECEĞİMİZ ETKİNLİK VE ÖZEL TİCARİ KAMPANYALAR İLE METREKARE VERİMLİLİĞİ AÇISINDAN SON DERECE OLUMLU BİR BÜYÜME HEDEFLİYORUZ" DEDİ.

Next Level AVM prestijli konumu ve ödüllü mimarisi ile Ankara'nın ilk karma yaşam projesi... Diğer AVM'lerden farklı olarak sizi öne çıkaran özellikler nelerdir?

Next Level Alışveriş Merkezi, konum, marka karması ve içinde bulunduğu karma yapı itibariyle özgün bir alışveriş merkezi. Yerli ve yabancı ziyaretçi kitlesinin tüm ihtiyaçlarına yönelik hizmet çeşitliliği ve uluslararası markaların temsil edildiği bir merkez olması Next Level'ı öne çıkaran en önemli özelliği diyebiliriz.

Bulunduğunuz lokasyon bakımından avantajlı bir durumda mısınız?

Next Level, Ankara'nın en gelişmiş lokasyonu Söğütözü'nde, Eskişehir ve Konya yollarının kesişme noktasında yer alıyor. Çağımızın kentsel yaşamında ilkleri bir araya getiren değerli bir karma projenin de parçası... Lüks oteller, kongre ve fuar merkezi, akademik yerleşkeler, iş ve finans dünyasının merkez yapıları arasındaki konumuyla 24 saat yaşayan dinamik bir yaşam kompleksi.

AVM içinde marka karmanız ne durumda?

Marka karmamızda modaya yön veren önemli markaların mağazaları yer alıyor. Hepsi kendi alanında lider olan Demsa Grup, Dilasima, Eren Perakende, Doğuş Grubu ve D.ream gibi öncü grupların farklı segmentlerdeki markaları ile seçkin bir marka karmamız var.

Ziyaretçi kapasitenizden bahseder misiniz? Açıldığı günden bu yana kaç kişi ziyaret etti?

Next Level Alışveriş Merkezi 2018 yılı Ekim ayında 5. yılını dolduracak. Açılış döneminin ardından 2. yılının sonunda ziyaretçi giriş sayıları yüzde 45 oranında büyük bir sıçrayış yaşarken devam eden yıllarda da büyüme yüzde 35'in altına düşmeden önemli bir hızla devam ediyor.

Next Level olarak kültür sanat alanında ne gibi etkinlikler yapıyorsunuz?

Next Level Alışveriş Merkezi, Ekim 2013 tarihinde kapılarını açtığından beri; uluslararası ödüllere layık görülen sıra dışı etkinlikleriyle, Ankara'nın kültür ve sanat hayatına değer kattı. Ülkemizde ve tüm dünyada tanınmış ünlü sanatçılar ile ziyaretçilerimizi buluşturarak farklı organizasyonlar hazırlamaya özen gösteriyoruz. Konser, sergi, söyleşi, çocuk etkinlikleri, dans gösterileri, moda defileleri ve festivallere ev sahipliği yaptık ve önümüzdeki dönemde de yapacağız. 2015 yılında düzenlenen 18. Uluslararası Ankara Caz Festivali ile En iyi Özel Event, En İyi Pazarlama Kampanyası, En İyi İletişim Çalışmaları alanında aday olan Next Level, uluslararası düzeyde en önemli ödüllerden biri olan Hermes Kreatif Ödülleri'nin de sahibi oldu. 2018 yılı için de yine ziyaretçilerimiz için nitelikli içerikler ile pek çok farklı kulvarda etkinlikler düzenleyeceğiz.

2018 hedefleriniz nelerdir?

2018 yılına mağaza ciroları ve ziyaretçi giriş sayılarıyla hızlı bir başlangıç yaptık. Aramıza yeni katılacak markalar ile işbirliği süreçlerimiz işliyor. Alışveriş merkezimizin içinde ve dışında çeşitli büyüme projeleri yürütüyoruz. 5 yıldır sürdürülen sadakat programı çerçevesinde kazandığımız ve mütemadi ilişkimizi sürdürdüğümüz ziyaretçilerimizle bağımızı güçlendirecek, kampanya etkinlik kurgularımızla ticaret hacmimizi artırarak yolumuza devam edeceğiz. Bu yılın sonunda düzenleyeceğimiz etkinlik ve özel ticari kampanyalar ile metrekare verimliliği açısından son derece olumlu bir büyüme hedefliyoruz.

APLEONA REAL ESTATE MANAGEMENT İLE YENİLİKÇİ ÇALIŞMALARA DEVAM

01 Nisan 2000 tarihinde İstanbul'un en büyük ilçelerinden Zeytinburnu'nda kapılarını ziyaretçilere açan Olivium Outlet Alışveriş Merkezi İstanbul'un ilk ve tek outleti olma özelliğini uzunca bir süre koruyup açıldığı günden bu yana ziyaretçilerine modaya, markaya, kaliteye uygun fiyata ulaşmanın imkanlarını sunuyor. Olivium Outlet Center, 01 Ocak 2018 tarihinden itibaren yönetim ve kiralama operasyonlarını, 21 milyon metrekare üzerindeki alan ve yönetiminde bulunan değeri 35 milyar Euro üzerinde olan mülklerin danışmanlığını yapan ve gayrimenkul çözümleri konusunda Avrupa'da lider firmalar arasında yer alan Apleona Real Estate Management ile yaparak ziyaretçilerine hizmet vermeye devam edecek.

BÜTÜN İSTANBUL'A HİTAP EDEN OUTLET

18 yıldır gerçek outlet olma ilkesinden ayrılmadan sadece Zeytinburnu'na değil bütün İstanbul'a her kesimden tüketiciye hitap eden Olivium Outlet, 135 mağazada, yüzlerce yerli ve yabancı marka ile, haftanın yedi günü 10:00 – 22:00 saatleri arasında ziyaretçisine temiz güvenli ve ferah bir ortamda ekonomik alışveriş yapma imkanı veriyor. 7'den 70'e herkesin kültürel ve sosyal anlamda keyifli vakit geçirmesini sağlamakta olan Olivium Outlet merkez içinin yanı sıra çevresinde de yaşam kültürü yaratıyor.

2000 yılında açılan İstanbul'un ilk, Türkiye'nin ikinci Outlet Projesi Olivium Outlet Center, yönetim ve kiralama operasyonlarını Apleona Real Estate Management Türkiye ile yapacak.

A'DAN Z'YE TÜM İHTİYAÇLARI BULMA OLANAĞI

Emintaş Emlak ve İnşaat Tic. A.Ş ve İleri Mensucat ve İnşaat Tic. T.A.Ş ortaklığı ile kurulmuş olan Olivium Outlet Center 35 bin metrekare kiralanabilir alanı, bin 200 araç kapasiteli açık ve kapalı otoparkı, ücretsiz müşteri servisi, bebek odaları, 6 salonlu sineması, çocuk eğlence alanı, teraslı cafeleri, Carrefour süpermarket, Teknosa teknoloji mağazası ve LCW, De Facto İpekyol, Kemal Tanca, Pierre Cardin, Altınyıldız, İnci, Hotiç, Sarar, Nike, Adidas, Puma, Watsons, Atasun Optik, Colins, D's Damat, Perspective, Penti, Armağan Oyuncak, US Polo, Mavi Jeans, Koton, Madame Coco, English Home , Burger King, Mc Donalds gibi mağazaları ile ziyaretçilerine rahat ve hesaplı alışveriş, A'dan Z'ye tüm ihtiyaçlarını bir arada bulabilme olanağı sunuyor.

YENİLİKÇİ ÇALIŞMALARA İMZA ATILACAK

2 kıtayı birbirine bağlayan İstanbul'un en büyük projesi Marmaray ile de Anadolu yakasında oturan İstanbullulara sadece 15 dakikalık mesafede olan Olivium Outlet Center bundan sonra Apleona Real Estate Management ile birlikte, 2000 yılından bugüne tüketicileriyle bir aile olmuş olmanın gücü ve güveniyle kendini ve hedeflerini giderek büyüterek; yenilikçi çalışmalara imza atmaya devam edecek.



Kulesite'de
geleneksel Türk el sanatları şöleni

Birbirinden değerli eser ve ustaların yer aldığı serginin açılış töreni 09 Şubat 2018, Cuma günü Konya Vali Yardımcısı Mehmet Usta, Ak Parti Konya Milletvekili Muhammet Uğur Kaleli, Esnaf ve Sanatkarlar Odası Başkanı Ali Osman Karamercan, Konya İl Müftüsü Prof. Dr. Ali Akpınar, İttifak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ünsal Sözbir, Başkan Vekili Tahir Atila, Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ali Korkmaz, Kulesite Alışveriş Merkezi Müdürü Mustafa Totan, Limon Ağacı yetkilisi Serpil Polat ve çok sayıda davetlinin katılımıyla yapıldı.

UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ EL SANATLARI KONYA HALKI İLE BULUŞTU

Konya'nın yaşam ve eğlence merkezi Kulesite 09-18 Şubat 2018 tarihleri arasında '7. Dünden Bugüne Geleneksel Türk El Sanatları Şöleni'ne ev sahipliği yaptı. Birbirinden değerli ustaların ve unutulmaya yüz tutmuş geleneksel Türk el sanatlarının incelendiği sergi Konya halkının beğenisine sunuldu.

Sergi kapsamında Kündekari, Habbablık, Hattı Gubari, Yemeni yapımı, Sedefçilik, Mütteka gibi yüzyıllar boyunca babadan oğula geçen birçok değerli el sanatı ve bu sanatların çok az sayıdaki önemli ustaları Kulesite'de Konyalılarla buluştu.





KONYA'NIN YAŞAM VE EĞLENCE MERKEZİ KULESİTE, 09-18 ŞUBAT 2018 TARİHLERİ ARASINDA '7. DÜNDEN BUGÜNE GELENEKSEL TÜRK EL SANATLARI ŞÖLENİ'NE EV SAHİPLİĞİ YAPTI.

"GELENEKSEL DEĞERLERİMİZİN YAŞATILMASI ORTAK SORUMLULUĞUMUZ"

Serginin açılışında konuşan İttifak Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Tahir Atila, İttifak Holding olarak yerli ve milli olan değerlere önem verdiklerini ve desteklediklerini söyledi.

Geleneksel Tük El Sanatları Şöleni'ni "Dünün bugünle, bugünün yarınla olan İttifak'ı olarak tanımlayan Atila, "Tarihimiz, kültürümüz, değerlerimizle olan ittifakımızın bir göstergesi olan bu anlamlı etkinliğe yedi yıldır ev sahipliği yapıyoruz. Bu güzel organizasyonun halkımızla buluşturulmasında desteklerini esirgemeyen başta valimiz olmak üzere, odalarımızın değerli başkanlarına ve Limon Ağacı Organizasyon'a çok teşekkür ediyorum. Nitekim, geleneksel değerlerimizin yaşatılması hepimizin ortak sorumluluğu. Bu bağlamda, bu güzel organizasyonun birlikte hareket eden bu güzide kurumlarımızın birlikteliği ile meydana geldiğini ifade etmek isterim. Her birine katkılarından ötürü ayrı ayrı teşekkür ediyorum. Burada sergilenen el emeği göz nuru nadide eserlerin meydana getirilmesini sağlayan değerli sanatçılarımıza, zanaatkarlarımıza da şükran borçluyuz. Geleneksel değerlerimizin gelecek nesillere aktarılması için fedakarca çalışıyorlar, yoğun emek sarf ediyorlar. Bugünün asıl kahramanları onlardır. Kendilerine çok teşekkür ediyorum" dedi.







AHL PARK'TAN ARABA YAĞMURU

1 KASIM 2017-14 ŞUBAT 2018 TARİHLERİ ARASINDA AHL PARK AVM BÜNYESİNDE 1 YIL İÇERİSİNDE 3.'SÜ DÜZENLENEN ARAÇ KAMPANYASI ÇEKİLİŞİ 24 ŞUBAT 2018 TARİHİNDE NOTER VE MİLLİ PİYANGO HUZURUNDA GERÇEKLEŞTİRİLDİ. AHL PARK AVM MÜDÜRÜ CİHANGİR ÖZDEMİR TALİHLİLERE ANAHTARLARI TESLİM ETTİ.

Çorum İli ve çevresine yapmış olduğu kampanyalar ve etkinlikler ile ilkleri yaşatan AHL PARK alışveriş merkezi, 24 Şubat tarihinde Milli Piyango ve noter huzurunda gerçekleştirilen araç çekilişi ile birlikte talihlilerini araçları ile buluşturdu.

ARAÇ ÇEKİLİŞİ SONUÇLARI AÇIKLANDI

Skoda süperB talihlisi Yeşim Yücel ile canlı telefon bağlantısı yapılarak AHL PARK alışveriş merkezinden araç kazandığı müjdesi verildi. Seat İbiza talihlisi olan Abdullah Güngör çekilişi izleyenler arasındaydı. Her iki talihlinin de heyecanlarını ve mutluluklarını gizleyemedikleri gözlerinden okundu.

15 AYDA 3 ARAÇ KAMPANYASI

Düzenlediği kampanyalarla ziyaretçilerin yüzünü güldüren AHL PARK 15 ay içerisinde 3 araç kampanyası gerçekleştirdi. Açılışı ile birlikte son model 5 Volkswagen araç veren AHL PARK sonrasında 2 araç kampanyası ile birlikte toplamda 9 aracı talihlileri ile buluşturmuş oldu.

KAMPANYA VE ETKİNLİKLERLE UNUTULMAZ ANLAR YAŞATMAYA DEVAM EDİLİYOR

Açıldığı günden beri düzenlediği kampanya ve etkinliklerle Çorum bölgesinin nabzını tutan, alışverişten öte yaşam merkezi olma bilinci ile hareket eden AHL PARK, 2018 yılı içinde de planladığı kampanya ve etkinliklerle ziyaretçilerine unutulmaz anlar yaşatmaya devam ediyor olacak.



TEPE SERVİS İLE KLEPIERRE ARASINDA GÜÇ BİRLİĞİ


Canan Çakmakcı

TESİS YÖNETİMİNDE HİZMET KALİTESİNİ EN ÜST SEVİYEYE TAŞIMAYI HEDEFLEYEN TEPE SERVİS, AVRUPA'NIN EN BÜYÜK AVM YATIRIM VE YÖNETİM ŞİRKETİ FRANSIZ KLEPIERRE İLE İŞ BİRLİĞİNE GİTTİ.

Tepe Servis ve Yönetim AŞ, Avrupa'nın en büyük halka açık alışveriş merkezleri yatırım ve yönetim şirketi Fransız Klepierre ile iş birliğine gitti. Kalitesini en üst seviyeye taşımayı hedefleyen Tepe Servis, bu iş birliğiyle alışveriş merkezlerinin yönetim hizmetlerini de yürütecek. İş birliği, Anatolium AVM (Bursa), Tekira AVM (Tekirdağ), Teraspark AVM (Denizli), Ada AVM (Adapazarı) ve Tarsu AVM (Tarsus) tesis yönetim hizmetlerini kapsıyor.

Fransa'nın köklü şirketi Klepierre ile yapılan anlaşmanın Türkiye'nin çeşitli yerlerindeki 5 AVM'yi kapsadığını ifade eden Tepe Servis ve Yönetim Genel Müdürü Canan Çakmakcı, "Sözleşme kapsamında taahhütlerimizi yerine getirerek maksimum fayda ve minimum maliyet oluşturmayı hedefliyoruz. Yönetim hizmetlerini üstlendiğimiz AVM'lerde kaliteyi artırmak için çalışacağız" diye konuştu.

Tepe Servis'in sektöründe dinamizmiyle dikkat çektiğini belirten Çakmakcı, şu değerlendirmelerde bulundu: "Hizmet sektöründe her geçen gün detaylanan ve genişleyen müşteri beklentilerine kapsamlı yanıt verebilmek, hız ve çeviklik hayati önem taşıyor. Biz de buna en iyi şekilde cevap verebilecek yapıya sahibiz. 8 bine yaklaşan personel ve 200'ün üzerinde kurumsal müşterimizle Türkiye'nin 81 ilinde faaliyetteyiz. Ülke genelinde 24 AVM'ye hizmet sunuyoruz."

TEPE İLE KLEPIERRE'DEN ORTAK SİNERJİ

Tepe Servis Genel Müdür Yardımcısı Miktat Kuzhan da elde edilecek know-how ile başka müşterilerine de aynı kalitede hizmet sunacaklarını söyledi. Tepe'nin tecrübesiyle Klepierre'nin birikiminin bir araya getirilerek ortak sinerji yaratılacağını anlatan Kuzhan, "Böylelikle AVM'lere daha iyi ve kaliteli hizmet sunulacak. Teknik cihazlar, aydınlatma, soğutma, ısıtma sistemleri ile temizlik, güvenlik hizmetleri gibi unsurlar en ince noktasına kadar takip edilip ölçümlenecek." diye konuştu.

HİZMET DEYİNCE TEPE AKLA GELİYOR

Tepe Servis ve Yönetim AŞ, Bilkent Holding'e bağlı olarak 2008'de kuruldu. Mersin, Isparta ve Yozgat'taki şehir hastanelerine 3 bin kişiyle destek hizmetleri ve teknik hizmet sunan Tepe Servis'in diğer projeleri arasında Yapı Kredi Bankası, Ziraat Bankası, Odeabank, Aktifbank, Enerjisa, Bosch, Petrol Ofisi, Doğadan, Barilla, Mersin International Port, Bezmialem Vakfı Hastaneleri, İDO, Koç Kuleleri, Regnum Sky Tower, Buyaka AVM, Akasya AVM, Akbatı AVM, 42 Maslak, Mall of İstanbul Residence, Maslak 1453, Setur Duty Free mağazaları, Rossmann gibi farklı sektörlerden birçok kurum ve kuruluş yer alıyor.

KLEPIERRE'NİN PORTFÖY DEĞERİ 21 MİLYAR EURO

16 ülkede 140 alışveriş merkeziyle faaliyet gösteren Klepierre'nin portföy değeri 21 milyar Euro. Türkiye'de toplam değeri 550 milyon Euro olan 250 bin metrekare kiralanabilir alanı bulunan 7 AVM'nin yatırımı, yönetimi, kiralanması ve geliştirilmesini üstleniyor. Klepierre; Akmerkez'in yüzde 46,92'sine, Teras Park'ın yüzde 51'ine, Ada, 365, Tekira, Anatolium Bursa ve Tarsu alışveriş merkezlerinin ise tamamına sahip.

SAKIZ LEKELERİNİ 5 SANİYEDE YOK EDİYORUZ

Kärcher Profesyonel Ürünler Ülke Satış Müdürü İsmail Korkmaz, "Yenilikçi anlayışımızla ürünlerimizi sürekli geliştiriyoruz. Her türlü zemine yapışan sakızı 3-5 saniyede yok eden makinemiz, bu anlayışımızın en güzel örneği." diyor.

Alman temizlik devi Kärcher, ülkemizde de hızla büyüyen bir marka. Kärcher Profesyonel Ürünler Ülke Satış Müdürü İsmail Korkmaz ile markanın en yeni ürünlerini ve özelliklerini konuştuk.

İnovasyona büyük önem veren ve ürünlerini sürekli geliştiren Kärcher olarak en yeni ürünlerinizden bahseder misiniz?

Sakız lekelerini 3-5 saniye içerisinde temizleyebilen SGG 1 Sakız Sökücü makinesi, yenilikçilik anlayışımızın en güzel örneklerinden. Halı yıkama alanında ise 30 dakikada kuruyan özel deterjanımız Icapsol ile kısa bir süre içerisinde yeniden halının üzerinde yürünebilmesine imkan veriyoruz. Icapsol, özellikle konaklama sektöründe olmak üzere insan trafiğinin yoğun olduğu tüm sektörlerde çığır açan bir ürün.

Sakız sökücü makinenizin özellikleri neler?

Kärcher SGG 1 Sakız Sökücü, çevre dostu özel deterjan içeren buharı sayesinde, sakızı buharlaştıran yenilikçi bir çözüm olanağı sağlamaktadır. İçeriği bütan ile propan karışımından oluşan güvenli kartuşları kullanarak yaklaşık 1 bar basınç üreten SGG 1, Kärcher'in onaylı sistemi sayesinde de son derece güvenlidir. Lityum-iyon pili sayesinde ara vermeden 8 saatten fazla çalışabilen Kärcher SGG 1, sırt çantası tipindeki tasarımıyla da üst düzey taşınabilirlik ve kullanım kolaylığı sağlar. Sadece organik deterjanla çalışan çevre dostu sakız sökücüsü Kärcher SGG 1, taştan halıya her türlü zemine yapışan sakızı 3-5 saniye içerisinde ortadan kaldırır.

En farklı ürünlerinizden biri de buharın ve vakumun bir arada olduğu Kärcher Buharlı Temizlik Robotu. Bu ürünle ilgili bilgi verebilir misiniz?

Sizin de dediğiniz gibi, en farklı ürünlerinizden biri de buharın ve vakumun bir araya getirildiği Kärcher SGV 8/5 ve SGV 6/5. Bu temizlik makinelerimiz, beşer litrelik temiz-kirli su tankları sayesinde güçlü buhar ve aynı anda vakum özelliklerini bir arada sunmaktadır. Kärcher SGV 8/5'in rakiplere göre en büyük farkı, sahip olduğu 'deterjan haznesi' sayesinde temizliğin deterjan ile derinlemesine yapılmasına imkan sağlamaktadır. Bu modellerdeki bir diğer eşsiz özellik ise vakum sistemine sahip olmalarıdır. Kendini temizleme modu sayesinde hortumlarını, pompa ve borularını kolaylıkla dezenfekte edebilir. 'Eco!efficiency' modu ile enerji tüketimi azaltılabilir. Buharlı ve vakumlu temizlik makinelerimiz, özellikle büyük otel ve restoranların mutfaklarının vazgeçilmezidir.



İsmail Korkmaz

Türkiye'deki faaliyetlerinizden bahseder misiniz? Yakın dönemdeki hedefleriniz neler?

Kärcher olarak, dünya çapında 24 üretim ve lojistik tesisiyle hizmet veriyoruz. Şu an için Türkiye'de herhangi bir üretimimiz bulunmuyor. Başta Almanya olmak üzere İtalya, Romanya, Çin, ABD, Meksika ve Brezilya'da üretim gerçekleştiriyoruz. Avrupa ve Amerika'da profesyonel temizlik alanında pazar bilinirliğimiz yüzde 85, Türkiye'de ise yüzde 90'larda. Bu açıdan Türkiye pazarında başarılı bir ivme yakaladığımızı düşünüyoruz. Bu ivmeyi arttırmak için faaliyetlerimize devam ediyoruz.



ATALIAN VE MOBESE güçlerini birleştirdi

ATALIAN Otomasyon Satış Müdürü Burak Balkın, sektörün en köklü kuruluşlarından MOBESE A.Ş. ile iş birliği yaparak her geçen gün AVM'lerde güvenlik önlemlerini artırdıklarını söyledi.

Plaka tanıma sistemini anlatabilir misiniz? Hangi projelerde kullanılıyor?

Plaka tanıma sistemlerinin çok geniş bir kullanım alanı var. Bu alanlar; otoyol giriş ve çıkış noktaları, fabrikalar ve sanayi tesisleri, üniversiteler, hastaneler, okullar, alışveriş merkezleri, depolar, siteler, otoyol kontrol noktaları, sınır kapıları, köprü ve gişeler, nizamiye, otogar ve terminaller, havaalanları, araç geçişinin kontrollü yapıldığı bölgeler ve oteller olarak sayılabilir.

Güvenliği sağlamada plaka tanıma sisteminin olanakları nelerdir?

Son zamanlarda ülkemizde ve dünyada insanların yoğun olarak bulundukları AVM'ler için güvenlik kavramı çok daha önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda 30.12.2016'da ve 29934 nolu Resmi Gazetede AVM Plaka Tanıma Sistemleri ile ilgili yönetmelik yayımlanmıştır. Sistemin amacı AVM otopark giriş ve çıkışlarından geçen tüm araçların tespitinin yapılması, şüpheli araç takibi, anlık uyarının merkeze iletilmesi ve Emniyet Genel Müdürlüğü'ne uyumun sağlanması amaçlanmaktadır.

Peki, bu sistem yaygın olarak hangi alanlarda uygulanabiliyor?

Kent Güvenlik Yönetim Sistemi (KGYS) (MOBESE) projelerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Emniyet teşkilatının ihtiyaçları doğrultusunda geliştirilen bu sistem çalıntı ve aranan araçların yakalanmasına olanak sağlamaktadır. Yüksek çözünürlüklü kameralarla araç plaka, marka, model, renk eşleştirme bilgileri kayıt veya kontrol edilerek anlık olarak KGYS sistemine aktarılır. Burada işlenen bilgilerle rapor oluşturulması veya belirlenen senaryolara göre alarm üretilmesi sağlanır.

AVM Plaka Tanıma Sistemleri (PTS) Yönetmeliği AVM'lere plaka tanıma sistemlerinin kurulmasını zorunlu hale getirdi. ATALIAN olarak plaka tanıma sistemi alanında AVM'ler için nasıl çözümler sunuyorsunuz?

ATALIAN olarak teknik ve mühendislik anlamında omurgamıza güveniyoruz. Bünyemizde bulunan ve konusunda uzman ve nitelikli firmalarımızla hemen hemen her konuya hızlı adapte oluyor ve oldukça esnek hareket edebiliyoruz. Bu nedenle yeni gelişen PTS sistemleri konusunda da müşterilerimize 'anahtar teslimi' çözüm sunabiliyoruz. Bu anlamda ATALIAN PTS konusunda sektörün en köklü kuruluşlarından MOBESE A.Ş. ile iş birliği yapmış durumda ve AVM'ler için ihtiyaç, fiyat ve kalite değerlendirmesi içerisinde en akılcı, verimli ve onay sürecinde en hızlı çözümleri ve sorunsuz dönüşler yaparak üretmekteyiz. Her geçen gün AVM'lerde güvenlik önlemlerini arttıran Plaka Tanıma Sistemleri referanslarımızı artırıyoruz.

ATALIAN Entegre Tesis Yönetimi'nin plaka tanıma sistemlerinde sunduğu fark ve avantajlardan bahsedebilir misiniz?

ATALIAN ve MOBESE A.Ş. firmalarının güçlerini birleştirerek müşterilerine çözüm odaklı ve güvenilir yaklaşım sunmaları sektörde diğer firmalardan ayıran en büyük farklılıktır.

ATALIAN 20 Yıllık tecrübesi, uzman kadrosu ve finansal gücüyle projelendirme, devreye alma gerçekleştirebilmekte, İstanbul Polis Hizmetlerini Geliştirme ve Destekleme Derneği, İstanbul İl Emniyet Müdürlüğü'nün hizmetlerini geliştirme ve destekleme amacıyla kurulan MOBESE A.Ş ise kendi konusundaki yetkinlikleriyle müşterilerine hızlı ve sorunsuz sistemler kurmayı taahhüt etmektedir.



GÜVENLİKTE 4.0 DÖNEMİNİ BAŞLATTIK

ISS PROSER, FİZİKSEL GÜVENLİK HARİCİNDE 'GÜVENLİK 4.0' PROJESİYLE FARKLI ÇÖZÜMLER SUNUYOR. GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ATİLLA AYDEMİR, "BU PROJEMİZ YAKINDA TÜM ÖZEL GÜVENLİK HİZMETLERİNİN YERİNİ ALACAK." DİYOR.

ISS Proser, Türkiye'nin en eski ve en köklü güvenlik firmalarından biri. Hemen hemen Türkiye'nin her bölgesinde fiziksel güvenlik alanında faaliyet gösteriyor. Yakın zamanda 'ISS Proser Güvenlik 4.0' projesini başlattı. ISS Proser Koruma ve Güvenlik Hizmetleri Genel Müdür Yardımcısı Atilla Aydemir ile şirketi ve Güvenlik 4.0 projesini konuştuk.

Firmanızdan ve sunduğu çözümlerden bahsedebilir misiniz?

Proser Güvenlik, 1995'te kurulan ve 2005'te ISS'in Türkiye'ye girmesiyle yoluna ISS Proser olarak devam eden en eski ve en köklü güvenlik firmalarından biri. Türkiye'nin her bölgesinde fiziksel güvenlik alanında faaliyet gösteriyor. 6 bin 500 çalışanıyla 700 projeye hizmet veriyor. Bunlar içerisine Türkiye'nin 3. en kalabalık havalimanı, 40'tan fazla en bilinen alışveriş merkezleri, prestijli plaza, site, liman ve fabrikalar olmak üzere her alanda başarılı bir operasyon yürütüyoruz. Özellikle perakende sektörünün en önemli markalarının tüm Türkiye mağazalarında hizmetlerimiz devam ediyor. Her sene yüzde


Atilla Aydemir

20'lere varan organik büyümeyle emin adımlarla yolumuza devam ediyoruz. Çözümlerimiz içerisinde fiziksel güvenlik haricinde 'ISS ProserGüvenlik 4.0' konseptimiz kapsamında teknolojik ekipmanların ilave edilmesiyle entegre güvenlik çözümleri, binaların tasarım aşamasından başlayarak risk analizi yapılması, doğru ve daha az maliyetli güvenlik konsept çözümleri sunabiliyoruz.

ISS Proser Güvenlik olarak Endüstri 4.0'ın güvenlik sektörüne yansıması olan Güvenlik 4.0 projesine başladınız. Bu proje hakkında bilgi verir misiniz?

Çağımız artık IoT (şeylerin haberleşmesi), Blockchain ve AI (yapay zeka) trendleri etrafında dönüyor. Tüm bunların sanayiye yansıması olan 'Endüstri 4.0' metodolojisini hizmet sektörüne de uygulayabiliriz. Bu kapsamda yakın gelecekte tüm özel güvenlik hizmetlerinin yerini alacak nitelikteki 'ISS Proser Güvenlik 4.0' projesini başlattık. 53 ülkede faaliyet gösteren ISS'in dünya çapındaki know-how'ından da yararlanan projemiz, konvansiyonel güvenlik yaklaşımından çok üstün nitelikte güvenlik hizmeti sunmanın yanı sıra teknik altyapıda büyük gelişme yaratacak, personel ve yatırımla ilgili konularda ise tasarruf sağlayacak, hizmet kalitesini artıracak.

Bu projenin teknik detayları neler?

'ISS Proser Güvenlik 4.0' projesinin vaat ettiği hizmeti eksiksiz sunacak çalışmaları üç seviyede sürdüreceğiz. Halihazırda kullandığımız CCTV kamera sistemleri, akıllı video analiz programları, sensörler, X-ray cihazları ve mobil terminaller birbiriyle ve merkezimizle kesintisiz iletişim gerçekleştirecek. Bu donanıma orta vadede drone'larımız ile robotlarımız da katılacak. Bütün bu bileşenleri ise yakın gelecekte yapay zekâ yönetecek. Projenin ikinci aşamasında, toplanan verilere dayanarak önceden planlanan ya da yerel yapay zekâ tarafından anlık alınan kararları tüm bileşenlere bildiren, aksiyon ve sonuçları takip ederek teknolojik-fiziki güvenliğin birlikte sağlandığı 'dijital bina' yapılanması gerçekleşecek. Üçüncü seviyede de her binadaki yapay zekâdan gelen veriler, aksiyonlar ve riskler doğrultusunda merkezi sistem tarafından işlenecek, genele yayılarak diğer benzer binalar önceden uyarılacak. Güvenlik 4.0 uygulamasında yakında bazı pilot projelerimizi duyuruyor olacağız.



Cem Alakuştekin

HATA VE RİSKLERİ EN AZA İNDİRMEK İÇİN PERSONEL EĞİTİMİ ÖNEMLİ

Personellerine verdikleri eğitimlerden bahseden Sofra/Compass Group Türkiye Destek Hizmetler ve Güvenlik Hizmetlerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Cem Alakuştekin, "Uzman eğitim kadromuzla birlikte hizmet sunulan alanlarda verdiğimiz uygulamalı eğitimler önceliklerimiz arasında yer alıyor" dedi.

Tedarik firması olarak yüksek kalitede hizmet verebilmek adına personellerinize ne gibi eğitimler veriyorsunuz?

Sofra/Compass Group Türkiye'nin destek hizmetler alanındaki markası Euroserve Güvenlik olarak bugün itibarıyla 4 bin kişiyi istihdam ediyoruz. Eğitim süreçlerimizi planlarken, öncelik olarak müşterimizin talepleri, işletmenin faaliyet alanı, kapasitesi, riskleri, jeolojik konumu, fiziki ve elektronik yapısı ve yasal mevzuatlar gibi başlıklar altında hazırlanan risk analizlerini inceliyoruz. Sonrasında eğitim konuları ve aralıklarını belirleyerek bir yol haritası çıkarıyoruz. Personellerimize verdiğimiz eğitimleri şu şekilde sıralayabiliriz;

5188 sayılı özel güvenlik hizmetlerine dair kanun kapsamında silahsız 90 saat ve silahlı 120 saat temel eğitim, özel güvenlik hukuku, güvenlik tedbirleri, silah bilgisi ve atış (ihtiyaca göre), patlayıcı maddeler, olay yeri koruma, güvenlik sistemleri ve güvenlik cihazları, alışveriş suçları, risk analizi, tehdit değerlendirmesi ve önlemler, örnek olay çalışmaları, sivil savunma, acil durum plan ve prosedürleri, özel güvenlik etiği, temel ilkyardım, iletişim teknikleri, profesyonel nitelikler ve davranış, protokol eğitimi, yönetici ilişkileri, acil durum iletişimi ve işbaşı oryantasyon eğitimleri.

Personel devamlılığını sağlamak ve iş süreçlerine teknolojiyi dahil etmek adına yaptığınız çalışmalar neler?

Sofra/Compass Group Türkiye olarak personel devamlılığı adına önceliğimiz çalışanlarımızın iş memnuniyetini sağlamak. Bu sektörde edindiğimiz 31 yıllık deneyim, personel seçimlerimizi yaparken özellikle kadromuza yeni dahil edeceğimiz adaylarda referansların bizim için ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Ailemize katılan çalışanlarımıza karşı temel prensiplerimizin başında onların sosyal haklarına saygı, iş sağlığı ve güvenliği, özlük hakları, gelirleri, iş güvencesi gibi unsurlar geliyor. Bu unsurlar aidiyet duygusunu artırdığı gibi sahiplenerek yapılan işin kalitesine de yansıyor.

Diğer yandan sektörümüzdeki her yeni gelişmeyi yakından takip ediyoruz. İş süreçlerimizde titizlikle üzerinde durduğumuz konulardan biri de teknolojik yenilikler. Teknoloji alanında yaptığımız yatırımlarla birlikte gelişen teknolojinin ilk uygulama alanlarının projelerimizde olmasına gayret gösteriyoruz.

Eğitimlerin personeller üzerindeki değişimleri ne yönde? Bu eğitimler personellerin verdiği hizmet kalitesini artırıyor mu?

Güvenlik sektörü, değişken risklere ve sürekli güncellenen yasal parametrelere sahip bir sektör... Özellikle saha uygulamalarında yapılan her hata, can ve mal güvenliği için büyük risk oluşturuyor. Bu hata ve riskleri en aza hatta sıfıra indirgemek için ilgili personellerin eğitimi büyük önem taşıyor. Eğitimlerimizin her adımının doğru ve eksiksiz uygulanması için çeşitli prosedürler ve iş akışları geliştiriyoruz. Uzman eğitim kadromuzla birlikte hizmet sunulan alanlarda verdiğimiz 'uygulamalı eğitimler' önceliklerimiz arasında yer alıyor. Diğer bir yandan eğitim sonrası verilen eğitimlerin hizmete nasıl yansıdığını ölçümleyerek raporlar tutuyoruz. Tüm bu süreçler hizmet kalitesini de gözle görülür bir biçimde artıyor.

Geniş katılımlı eğitim organizasyonları ve standart eğitim prosedürleri izliyoruz. Bu durum personellerimizin eğitime olan bakış açısını pozitif yönde etkilerken gerek kariyer hedefleri gerekse daha verimli çalışmaları için eğitimin işimizin vazgeçilmez bir parçası olduğu gerçeğini de ortaya koyuyor.

TATMETAL, ERP'DE IFS'Yİ SEÇTİ

TÜRKİYE'NİN LİDER YASSI SAC ÜRETİCİLERİNDEN TATMETAL, TÜM İŞ SÜREÇLERİNİN YÖNETİMİ VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM İÇİN IFS APPLİCATİONS'I TERCİH ETTİ.

Tatçelik markası adı altında üretimini gerçekleştirdiği ürünleri başta inşaat, otomotiv yan sanayii, beyaz eşya, ısıtma, soğutma sektörlerinin kullanımına sunan Tatmetal, yaklaşık 8 aylık ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması) seçim süreci sonucunda tercihini IFS'den yana kullandı. Türkiye'nin 4 büyük yassı çelik üreticisi arasında yer alan Tatmetal'in ERP projesi, IFS Türkiye yönetiminde yürütülecek.

Uzun bir araştırma ve yapılan görüşmeler neticesinde IFS'in pek çok özelliğinin ön plana çıktığını belirten Tatmetal Mali ve İdari İşler Direktörü Sedat Çiftçioğlu, ERP projelerine ve IFS seçim süreçlerine yönelik şunları söyledi: "Stratejik düşünceyi geliştirmek için bilgiyi yönetmemiz gerekiyor. Bilginin elde edilmesi ve yönetilmesi bir şirket için hayati önem taşıdığı için biz de yatırımlarımızı kusursuz bilgi akışını sağlayacak biçimde teknolojik proseslerle yeniliyoruz. Bütün süreçlerimizi dijital entegre bilgi sistemi teknolojisinden yararlanarak izlemek ve yönetmek için bir yatırım da bilişim teknolojisine yaptık ve dijital dönüşüm için IFS'i tercih ettik. IFS Applications'ın bu noktada beklentilerimizi karşılayacağına hatta yükselteceğine inanıyoruz."

Rakipleri arasından IFS'yi seçerken uygulanabilirlik ve sürdürülebilirlik gibi birçok konuyu dikkate aldıklarını belirten Sedat Çiftçioğlu, her noktayı sabırla ve dikkatle incelediklerini söyledi: "Çalışmalarımız süresince gördük ki şirketlerin bu iş için harcadıkları ile karşılığında elde ettikleri arasında ciddi farklar oluşabiliyor. Temelde bu farkı doğuran şeyin, neyin yapılabileceğini anlamamanın ve doğru bilginin organizasyondaki herkese doğru bir şekilde iletilmemesinin yarattığı kavramsal tasarım hataları olduğunu gözledik. Bizler de doğal olarak her işletme gibi yapılan yatırımın karşılığını tam olarak almak istiyoruz. Bu noktada IFS Türkiye ekibi, IFS uygulamalarının ve danışmanlarının yeteneklerini bizlere aktardı. Yaptığımız detaylı araştırmalar ve referans görüşmeleri sonrasında güvenimizi kazandı. Beklentimiz dijital bilgi ağımızın ticari organizasyonu iyi algılayabilmesi ve gereken tepkileri gösterebilmesini sağlayabilmek."

IFS'NİN ENDÜSTRİ 4.0 ÇÖZÜMLERİ DETAYLI ŞEKİLDE KULLANILACAK

IFS Applications 9'un tüm modülleri proje kapsamına alınan Tatmetal'de PDM, Üretim ve Planlama, Satış, Satınalma ve Dağıtım, Kalite Yönetimi, Doküman Yönetimi, İnsan Kaynakları, Bordro ve detaylı Finans Yönetimi modüllerinin yanında IFS'nin Endüstri 4.0 çözümleri de detaylı bir şekilde kullanılacak. IFS, dünyada ve Türkiye'de demir çelik endüstrisinde pek çok öncü firma tarafından kullanılıyor.



HÂLÂ DEFTER İLE ŞİRKET YÖNETİLMEYE ÇALIŞILIYOR


Alpaslan Tomuş

Türkiye'nin ilk ve öncü kurumsal-ticari iş yazılımları üreticilerinden biri olarak 1988'de kurulan Mikro Yazılım, şirketlerin, işlerini en üst düzeyde yönetecek ve verimli büyümelerini sağlayacak nitelikte yazılımlar geliştirmeye devam ediyor. Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş ile bilişim ve kurumsal kaynak planlaması (ERP) sektörünü konuştuk.

Türkiye, ERP açısından nasıl bir noktada?

Günümüzde rekabet zor, riskler daha yüksek. Geçmişi ve bugünü doğru değerlendirip geleceği en doğru bakış açısıyla yakalamak gerekiyor. Çözüm olarak tüm kaynakların en etkin biçimde kullanılmasını sağlayan ERP sistemleri gözüküyor. Türkiye'de ERP kullanım oranı ne yazık ki gelişmiş ülkelerin çok gerisinde. ERP yazılım kullanım oranları bizde yüzde 23, gelişmiş ülkelerde ise yüzde 50'nin üzerinde. Türkiye'de hâlâ ticari işletmeler defter tutularak yönetilmeye çalışılıyor. Günümüz ekonomisinde bu imkânsız. Elbette bir yerden sonra şirket takip edilemez hale geliyor. En kötüsü de bu durum, geri dönülemez noktada fark ediliyor ve pek çok işletme faaliyetlerine son vermek zorunda kalıyor.

Türkiye'deki bilinçlenme yeterli düzeyde değilken Mikro Yazılım olarak siz neler yapıyorsunuz?

Mikro Yazılım, sunduğu çözümlerle KOBİ'leri dijitalleştirerek rekabete hazırlıyor. Büyümek isteyen şirketleri dijitalleştirerek hem ulusal hem de uluslararası rekabet ortamında ellerini güçlendiriyor. Mühendislerimiz de şirketlerin var olan işlerini en üst düzeyde yönetecek ve verimli büyümelerini sağlayacak nitelikte kurumsal ve ticari yazılımlar geliştiriyor. Buna ek olarak, şirketlere e-Devlet uygulamalarına yönelik hizmetler sunuyoruz.

KURUMSAL KAYNAK PLANLAMASI (ERP) SİSTEMLERİNİN FİRMALARA BÜYÜK AVANTAJLAR SAĞLADIĞINI BELİRTEN MİKRO YAZILIM GENEL MÜDÜRÜ ALPASLAN TOMUŞ, "TÜRKİYE'DE HÂLÂ DEFTER TUTULARAK ŞİRKET YÖNETİLMEYE ÇALIŞILIYOR." DİYOR.

Firmanızın sunduğu çözümler hakkında bilgi alabilir miyiz?

Mikro Yazılım, "Büyümek isteyen her şirkete lazım" mottosu gereği, şirketlerin daha küçükken kullanmaya başladığı, onların verimli ve sağlıklı büyümesini sağlayan ve büyüdükçe de gelişen ihtiyaçlarına yine üstün yetenek ve performansıyla yanıt veren bir yazılım firması olarak öne çıkıyor. Büyük ve orta ölçekli işletmeler için Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) çözümlerinin yanı sıra perakende, küçük ve orta ölçekli işletmeler için, onların ticari yönetimlerini ve muhasebe ihtiyaçlarını karşılayan kurumsal yazılımlar geliştiriyor.

BUGÜNE KADARKİ EN GELİŞMİŞ ERP ÇÖZÜMÜ

Mikro ERP çözümünüzden de bahseder misiniz?

Mikro ERP Kurumsal Kaynak Yönetimi ürün ailesi; üretim yönetiminden personel yönetimine, dış ticaretten finans yönetimine, müşteri ilişkileri yönetiminden genel muhasebe yönetimine kadar tüm operasyonları tek platform üzerinden yönetilmesini sağlayan bugüne kadarki en gelişmiş ERP çözümü.

Mikro ERP'nin bazı avantajlarını sıralayabilir misiniz?

İşletmenin tüm iş süreçlerini kontrol altına alır. Modüler bir yapı ve uygun maliyetli çözümler sunar. Rekabet gücünü artırır. Hızlı kurulum ve optimizasyon süreçlerine sahiptir. Tedarikten müşteriye kadar uzanan bütünleşik bir yapıya kavuşmanızı sağlar. İş akışlarını uluslararası standartlara taşır. Grup içindeki farklı şirketleri tek yönetimde birleştirebilen konsolidasyon özelliğine sahiptir. Sınırları ve mesafeleri ortadan kaldırır. Etkin planlama kabiliyetine kavuşturur.

2018 YERLİ YAZILIM SEKTÖRÜNÜN ALTIN YILI OLACAK

CPM YAZILIM YÖNETİM KURULU BAŞKANI RECEP PALAMUT, TÜRK YAZILIM SEKTÖRÜ OLARAK DÜNYA İLE REKABET ETMEYE HAZIR OLDUKLARININ ALTINI ÇİZERKEN, TÜRK SANAYİSİNİN YERLİ YAZILIMA OLAN İLGİSİNİN ARTMASINDAN DOLAYI MEMNUNİYETİNİ DİLE GETİRDİ.


Recep Palamut

Türkiye gündeminin yoğun olduğu bu günlerde birçok sektör için yerlilik ve millilik vurgusu gittikçe önem arz ediyor. Yerli yazılım sektörünün dünya devlerine hizmet verebilecek konumda olduğunu belirten CPM Yazılım Yönetim Kurulu Başkanı Recep Palamut, "Özellikle son günlerde yerli yazılım sektörü ile ilgili Sayın Cumhurbaşkanımızın memnuniyet verici açıklamaları sonrasında Türk sanayisinin önde gelen firmaları yerli yazılım konusunda hızlı davranmaya başladı. Sektörümüzün lider firması olarak şunu rahatlıkla söyleyebilirim ki, inovatif çözümlerimiz ve yenilikçi tarzımız ile birçok farklı sektörde deneyim sahibiyiz. Biz yazılımları evinizin anahtarı olarak görüyor ve yıllardır evinizin anahtarı başkasında olmasın sizde olsun diyoruz. Anahtarın başkasında olmasının hem şirketlere hem de Türkiye'ye nasıl bir zarar verebileceğini geçtiğimiz aylarda yaşadığımız dijital ambargo ile görmüş olduk. Devletimiz de artık bu konuda ciddi atılımlar yapmaya başladı. Memnuniyet verici bu atılımlar yerli yazılımcılar olarak bizi heyecanlandırıyor" dedi.

"VAR GÜCÜMÜZLE DESTEK VERECEĞİZ"

Türkiye'de faaliyet gösteren şirketlerin yerli olmayan yazılımlar kullanmasının ülkemiz açısından yarattığı tehlikenin önemle altını çizen Recep Palamut, "Yerli olmayan yazılım şirketlerine uygulanmayan vergiler yüzünden ülkemiz her yıl 1,2 milyar TL vergi kaybı yaşıyor. Bugün gelişen ve dünya üzerindeki önemli konularda söz sahibi haline gelen bir Türkiye var. Her alanda gücümüzü ispat edebilecek konumdayız. Yerli yazılımcılar olarak yabancı yazılım kullanan ve yerli yazılıma geçmek isteyen şirketlere var gücümüzle destek vermeye hazırız. Geçiş sürecinde herhangi bir aksaklık yaşamamaları için her türlü teknik desteği kendilerine sağlayabilecek konumdayız. Karşılıklı güven ile altından kalkamayacağımız bir proje yok" diye belirtti.

"YABANCI YAZILIMLAR İLE REKABET EDEBİLECEK KONUMDAYIZ"

Devletin yerli yazılım ile ilgili söylemleri sonrasında taleplerin artmaya başladığını da aktaran Palamut, "Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan 'Ülkemizde tasarlanabilecek, üretilebilecek, geliştirilebilecek hiçbir ürünü, yazılımı ve sistemi acil durumlar haricinde dışarıdan hazır olarak almayacağız' dedi. Bu güven verici söylem sonrasında yabancı yazılımlar ile rekabet edebilecek konumda olduğumuzu devletimize anlatmayı başarmış olduğumuzu gördük. Bu sorumluluk bilinciyle ülkemize fayda sağlayacak projeler üretmeye ve katma değer yaratmaya devam edeceğiz. Yıllarca yerli olmayan yazılımlara milyarlarca TL aktarıldı. Bu destek yerli yazılıma verilmiş olsaydı, yabancı yazılımlar ile çok daha önce yarışabilir konumda olabilirdik. 2018 yılı bu anlamda yerli yazılım sektörünün altın yılı olacak" dedi.

TEKNOSA YATIRIMI İKİYE KATLAYACAK

SABANCI HOLDİNG'İN TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDEKİ LİDER MARKASI TEKNOSA, 2017 FİNANSAL SONUÇLARINI VE 2018 HEDEFLERİNİ AÇIKLADI. TEKNOSA YÖNETİM KURULU BAŞKANI ATA KÖSEOĞLU, BU YIL YATIRIMLARINI İKİYE KATLAYACAKLARINI SÖYLEDİ.

Türkiye teknoloji perakendeciliğinin lideri Teknosa, 2018'de, bir önceki yıla göre iki kat fazla yatırım yapacak. 2017'de 3,4 milyar TL ciro elde eden Teknosa, mağazalarda yüzde 17, teknosa.com'da ise yüzde 30 büyümeyle 20 milyon TL net kâra ulaştı. Sabancı Holding Perakende Grup Başkanı ve Teknosa Yönetim Kurulu Başkanı Ata Köseoğlu, bu yıl yatırımlarını ikiye katlayacaklarını söyledi. Teknosa Genel Müdürü Bülent Gürcan da "Kârlılık ve büyümemizi 2018'de de sürdüreceğiz." açıklamasında bulundu.

'TÜKETİCİYİ EN İYİ BİZ ANLAYACAĞIZ'

Sabancı Holding'in teknoloji perakende sektöründeki lider markası Teknosa, 2017 finansal sonuçlarını ve 2018 hedeflerini açıkladı. Teknosa Yönetim Kurulu Başkanı Ata Köseoğlu, "Teknolojiyi herkes için, her yerde ve her an erişilebilir kılma hedefiyle 2018'e iddialı bir giriş yapıyoruz. Yatırımımızı bu yıl ikiye katlayıp 60 milyon TL'ye çıkarıyoruz. Önümüzdeki yıllarda da sektörde öncü, oyun kurucu konumumuzu sürdürmeye kararlıyız." dedi.

Sabancı Topluluğu olarak enerji, finans, gıda ve teknoloji gibi pek çok farklı sektörde milyonlarca tüketiciye dokunduklarını belirten Köseoğlu, hedeflerinden birinin de 'mükemmel müşteri deneyimi' olduğunu ifade etti: "Çok büyük bir perakende tüketici verisine sahibiz. Yüz yüze temas ve teknolojinin yarattığı her kanaldan müşterimizi anlamaya çalışıyoruz. Bu kadar geniş bir perakende yelpazesine sahipken, tüketicinin nabzını bizden daha iyi kim tutabilir? 2018'de tüketiciyi en iyi biz anlayacağız. Önceliğimiz 'mükemmel müşteri deneyimi' olacak."

'ONLINE SATIŞTA YÜZDE 30 BÜYÜDÜK'

2017'de Teknosa olarak hedeflerini aştıklarını belirten Teknosa Genel Müdürü Bülent Gürcan da müşterilerin beklentileri doğrultusunda kendilerini sürekli yenilediklerini söyledi: "Toplam 110 bin metrekare net satış alanına sahip 204 mağazamızla Türkiye'nin açık ara en yaygın teknoloji perakende şirketiyiz. 2 bin 570 kişilik ekiple, yıl boyunca 200 milyona yakın ziyaretçimizi yenilikçi ürün ve hizmetlerle buluşturduk. Mağazalarda yüzde 17 büyüdük. 2017 toplam ciromuz 3,4 milyar TL olarak gerçekleşti. Kârlılığımız ise 20 milyon TL'ye ulaştı. Online satış kanalımız teknosa.com, geçen yıla göre satışlarını yüzde 30 artırdı. İnternetten sipariş edip mağazadan teslim alan müşteri oranı yüzde 30'a ulaştı. Mobil aplikasyonumuzdan gerçekleşen satışlarda yüzde 128'lik artış sağladık. Mobil platformdaki ziyaretçi sayımız da 6 kat arttı."

HARCAMALARIN YÜZDE 10'U TEKNOLOJİYE GİDİYOR

Teknosa ve DORinsigt işbirliği ile hazırlanan 'Teknolojik Ürün Kullanma Eğilimi Raporu'na göre, 2017'de Türkiye'deki tüketicilerin toplam harcamalarının yüzde 10'u teknolojiye gitti. Konut, gıda ve ulaşım giderlerinin ardından 4. sırada yer alan teknoloji harcamalarında en çok tercih edilen ürün, yüzde 41 ile cep telefonları olurken, bunu sırasıyla TV, beyaz eşya, bilgisayar, küçük ev aletleri ve oyun harcamaları takip etti.



Bülent Gürcan — Ata Köseoğlu

FİLO KİRALAMAK YÜZDE 20 TASARRUF SAĞLIYOR

Şirketlerin operasyonel araç kiralamaya yönelik ilgileri gün geçtikçe artıyor. Kiralamayı tercih eden firmalar zaman, insan kaynağı ve maliyet açısından tasarruf sağlıyor.


Dr. Barbaros Çıtmacı

İşletmelerdeki en büyük gider kalemlerinin başında şirket araçları geliyor. Kiralamanın finansal ve operasyonel avantajları hakkındaki farkındalığın artmasıyla araçlarını klasik yöntemlerle satın alan firmaların bu alternatifi tercih etmeye başladıkları görülüyor. Yüklü sermaye çıkışını önleyerek aylık sabit taksitlerle maliyetlerini kontrol eden ve sermayesini esas işine yönlendirmek isteyen küçük ve orta ölçekli işletmelerin de kiralamaya ilgileri artıyor. Operasyonel kiralamayı tercih eden firmalar; bakım, hasar, onarım, sigorta, ikinci el değeri, vergi, yedek araç gibi işletim süreçleriyle uğraşmalarına gerek kalmadan zaman, insan kaynağı ve maliyet açısından tasarruf sağlıyor.

Operasyonel filo kiralama sektörünün önde gelen isimlerinden Fleetcorp CEO'su Dr. Barbaros Çıtmacı, "Filo kiralama hizmeti; hasar yönetiminden sigortaya, yedek araç temininden vergi ödemelerine kadar birçok hizmeti kapsıyor. Filo kiralamayı seçenler, satın almaya kıyasla araç başına yüzde 20'ye kadar tasarruf sağlıyor." diyor.

PORTFÖY ÇEŞİTLENİYOR, RİSK AZALIYOR

2010'da sektörde müşteri başına düşen araç sayısı 11,1 iken, 2017 sonu itibarıyla 5,2 seviyesine indiğini belirten Çıtmacı, "Operasyonel hizmetlerin sunduğu kolaylıkların bilinmeye başlamasıyla müşteri ve araç portföyünün çeşitlendiği, risklerin azaltıldığı bir dönemdeyiz." şeklinde konuşuyor.

Günümüzde birçok işletmenin risk transferi (ikinci el riski, faiz riski, sigorta riski gibi) olarak da tanımlanacak şekilde filo kiralamaya yöneldiğini ve sektörün işletmelere yönelik birçok avantaj sunduğunu ifade eden Dr. Barbaros Çıtmacı, "Örneğin biz müşterilerimize 3 farklı ürün paketi ile araç sayısı sınırlaması olmaksızın hizmet sağlıyoruz. 12 aydan 48 aya kadar çok kapsamlı kiralama seçeneklerimiz bulunuyor." diyor.

Çıtmacı, kiralama hizmeti süresince müşterilere sundukları çok özel avantajlardan da söz ediyor: "Araçların yetkili servislerde orijinal parça kullanılarak bakımı, onarım hizmetleri, zorunlu trafik sigortası ve plaka bazlı kasko poliçesi, lastik değişimi, yedek araç temini, 7/24 yol yardım desteği bunlar arasında sayılabilir. Güçlü teknolojik altyapımız sayesinde 'online raporlama' gibi farklılık yaratan hizmetler de söz konusu. Masraf kontrolü ve takip kolaylığı da sağladığımız avantajlar içinde. Müşterilerimize, sözleşme bitim tarihinden 6 ay öncesine kadar yıllık öngördükleri kilometre limitlerini değiştirme fırsatı veriyoruz. Böylece müşterilerimiz kullandıkları kadar ödeme şansına da sahip oluyorlar."

Sektörün önümüzdeki on yıllık ajandasında otonom araçlar ve mobilite kavramının da yer aldığını belirten Çıtmacı, teknolojik gelişmelerin de yakından izlenmesi gerektiğinin altını çiziyor.

FİRMALAR NELERDEN TASARRUF SAĞLIYOR?

Operasyonel kiralamayı tercih eden firmaların tasarruf sağladığı kalemler şöyle:

-Bakım
-Hasar
-Onarım
-Sigorta
-İkinci el değeri
-Vergi
-Yedek araç
-Zaman
-İnsan kaynağı





TÜRKİYE'NİN TERCİHİ OTOMATİK, SEDAN VE VAN

YILIN İLK OTOMOTİV RAKAMLARINA GÖRE OCAK AYINDA EN ÇOK OTOMATİK, SEDAN VE SEGMENTİ KÜÇÜK ARAÇLAR SATILDI. HAFİF TİCARİ ARAÇLARDA İSE EN ÇOK SATIŞ PAYINA VAN ULAŞTI.

Türkiye otomotiv pazarının 2018'e dair ilk detaylı rakamları geldi. Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin verilerine göre, Ocak 2018'de otomobil pazarı yüzde 3,59 artarken; hafif ticari araç pazarı yüzde 12 azaldı. 2018 yılının ocak ayında otomobil satışları 26 bin 611 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 25 bin 689 adet satış gerçekleşmişti. Ocak 2018'de hafif ticari araç pazarı ise 8 bin 465 adet olarak kayıtlara geçti. Geçen sene 9 bin 634 adet satış olmuştu.

Ocak 2018'de 1600 cc altındaki otomobil satışlarında yüzde 1,7 artış, 1600-2000 cc aralığındaki motor hacmine sahip otomobil satışlarında yüzde 19,1 artış ve 2000 cc üstü otomobillerde yüzde 21,1 azalış görüldü. 2018 yılının ocak ayında 9 adet elektrikli ve 518 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

Geçtiğimiz ocak ayında otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya yüzde 39 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 10 bin 378 adetle sahip oldu. Aynı ayda dizel otomobil satışlarının payı yüzde 56,83'e gerilerken; otomatik şanzımanlı otomobillerin payı yüzde 67,28'e yükseldi.

EN ÇOK SATILAN VERGİSİ AZ ARAÇLAR

2018'in ilk ayında otomobil pazarı segmentinin yüzde 84,12'sini vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adedine, yüzde 58,85 pay alan C (15 bin 661 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise en çok tercih edilen gövde tipi, yine sedan otomobiller (yüzde 54,88 pay, 14 bin 605 adet) oldu.

Hafif ticari araç pazarına gelince… Hafif ticari araç pazarı gövde tipine göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adedine yüzde 67,10 pay ile van (5 bin 680 adet) ulaştı. Ardından yüzde 11,98 pay ile kamyonet (bin 14 adet), yüzde 11,02 pay ile minibüs (933 adet) ve yüzde 9,9 pay ile pick-up (838 adet) yer aldı.

Otomotiv Distribütörleri Derneği, 2018 yılı otomotiv sektörü toplam pazarının 925 bin-975 bin adet aralığında olacağını tahmin ediyor.

Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş. www.tuyap.com.tr
Tüyap Bursa Fairs Organization Inc.

ODD Otomotiv Distribütörleri Derneği

BTSO Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

Bursa OtoShow

Bursa 10. Otomobil, Ticari Araçlar, Motosiklet, Bisiklet ve Aksesuarları Fuarı

Bursa AutoShow Fair

Bursa 10th Automobile, Commercial Vehicles, Motorcycle, Bicycle and Accessories Fair

Tunning Özel Bölümü
Tunning Special Section



8 - 13 MAYIS MAY 2018

BURSA'DA GÜÇ GÖSTERİSİ
SHOWDOWN IN BURSA

www.bursaotoshowfuari.com | f bursaotoshow

BURSA Ulu Şehir

KOSGEB Destekleyen Kuruluş *Supported By*

Bursa Büyükşehir Belediyesi

ufi Küresel Fuar Endüstrisi Birliği *The Global Association of the Exhibition Industry* Üye Kuruluş *Member*

TFYD Üye Kuruluş/ *Member* Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği *Turkish Fair Organizers Association*

Açıkhava Reklam *Outdoor Advertising*

Almira Hotel Bursa — Fuar Resmi Oteli *Official Fair Hotel*

TÜYAP BURSA



TÜYAP BURSA ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ
TÜYAP BURSA INTERNATIONAL FAIR AND CONGRESS CENTER
Altınova Mah. Fuar Cad. 25/1 16250, Osmangazi Bursa/Turkey

"Bursa'nın Gücü" *"Power of Bursa"*

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.
THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO. 5174.

HYUNDAI'DEN 'KENDİ KENDİNE' BİR İLK

HYUNDAI, YENİ HİDROJEN YAKIT HÜCRELİ SUV MODELİ NEXO FUEL CELL İLE EN UZUN MESAFELİ OTONOM SÜRÜŞ DENEMESİNDE BİR İLKE İMZA ATTI. ARAÇ, GÜNEY KORE'NİN BAŞKENTİ SEUL'DEN 2018 KIŞ OLİMPİYATLARI'NIN YAPILDIĞI PYEONGCHANG'A KADAR 190 KİLOMETRELİK YOLU KENDİ KENDİNE KAT ETTİ.

Hyundai, SUV segmentindeki etkinliğini yeni modelleriyle artırmaya devam ediyor. Her geçen gün yeni bir modelle otomobil severlerin karşına çıkan Hyundai, bu iddiasını hem ekonomik hem çevre dostu hem de kendi kendine gidebilen ürünleriyle perçinliyor.

Geçtiğimiz ocakta ABD'nin Las Vegas kentinde 51. kez düzenlenen dünyanın en büyük elektronik fuarı CES 2018'de tanıttığı NEXO FCEV (Fuel Cell Electric Vehicle) modelinin Güney Kore'deki ilk uzun sürüş denemesini yapan Hyundai, başkent Seul'den Pyeongchang şehrinde düzenlenen kış olimpiyatlarına sürücüsüz olarak gitti. 2018 Kış Olimpiyatları'nda da spor severlerle bir araya gelen NEXO, katılımcılarla beraber test sürüşlerine devam etti.



ARAÇ, 110 KM HIZLA TEST EDİLDİ

Toplam 190 kilometreyi bulan test sürüşünde 5 adet NEXO kullanıldı. Herhangi bir insan müdahalesi olmadan yoğun trafik dahil aracın çeşitli yol koşullarındaki tepkileri ve reaksiyonları gözlemlendi. NEXO, bu sürüşüyle dünyada bir ilke imza attı ve çevre dostu bir otomobilin ilk kez sürücüsüz yol yapmasına öncülük etmiş oldu. Daha önceki otonom testler, genelde şehir içinde ve düşük hızlarda yapılırken; bu kez deneme sürüşü 100-110 kilometrelik yasal limitler içerisinde gerçekleştirildi.

NEXO; lazer tarayıcı (LiDAR), kamera, GPS ve sensörlerle donatılırken, sollama veya sıkışık trafiği algılayarak herhangi bir komuta ihtiyaç duymuyor. Hyundai, 2030 yılına kadar birçok pazarda, tamamen otonom özelliğe sahip araçları yaygınlaştırmayı hedefliyor.



AVRUPA OTOMOBİL PAZARI YÜZDE 6,8 ARTTI

OCAK 2018'DE AVRUPA ÜLKELERİNDEKİ SATIŞLAR, GEÇEN YILIN AYNI AYINA GÖRE YÜZDE 6,8 ARTTI. EN FAZLA SATIŞ ALMANYA'DA GERÇEKLEŞİRKEN; SATIŞLARI EN ÇOK YÜKSELEN ROMANYA, EN ÇOK DÜŞEN NORVEÇ OLDU.

Otomotiv sektöründe 2018'in ilk rakamları geldi. Buna göre, Avrupa ülkelerinde Ocak 2018'de otomotiv satışları, 2017'nin aynı ayına göre yüzde 6,8 arttı. 28 Avrupa Birliği (AB) üyesinin yanı sıra AB'de yer almayıp Avrupa Serbest Ticaret Birliği'nde (EFTA) bulunan Norveç, İsviçre ve İzlanda gibi ülkelerde ocak ayında toplam 1 milyon 286 bin 378 adet otomobil satıldı. Ocak 2017'de bu rakam 1 milyon 203 bin 993 adet olarak gerçekleşmişti.

AB ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2018 yılının ocak ayında, geçen senenin aynı ayına göre en fazla düşüş, sırasıyla yüzde 29,5 ile Norveç'te, yüzde 6,3 ile İngiltere'de ve yüzde 4,9 ile İrlanda'da görüldü.

Avrupa Otomobil Üreticileri Derneği (ACEA) tarafından açıklanan rakamlara göre, satışlarını en çok artıran pazar sıralamasında ise Romanya yüzde 66,4, Slovakya yüzde 48,8 ve Macaristan yüzde 38,5 oranlarıyla ilk üç sırada yer aldı.

Türkiye, Ocak 2018'de yüzde 3,59'luk artışla Avrupa otomobil satışları sıralamasında 11. oldu. Türkiye'de geçtiğimiz ocak ayında 26 bin 611 araç satıldı. 269 bin 429 aracın satıldığı Almanya, Ocak 2018'de Türkiye'nin 10 katı bir performans gösterdi. Aynı dönemde en az otomobil satışı, bin 200 adetle Kıbrıs'ta gerçekleşti.

ÜLKE ÜLKE OTOMOBİL SATIŞLARI

Ülke	Ocak 2018	Ocak 2017	Değişim (%)
Almanya	269.429	241.399	11,6
İtalya	177.822	172.034	3,4
İngiltere	163.615	174.564	-6,3
Fransa	156.846	153.046	2,5
İspanya	101.661	84.515	20,3
Hollanda	59.367	51.121	16,1
Belçika	56.869	51.701	10,0
Polonya	46.081	38.076	21,0
İrlanda	37.075	39.003	-4,9
Avusturya	28.568	26.352	8,4
Türkiye	26.611	25.689	3,59
Çek Cum.	23.219	20.818	11,5
İsveç	22.980	23.282	-1,3
İsviçre	21.671	19.451	11,4
Danimarka	19.917	19.535	2,0
Portekiz	14.603	15.028	-2,8
Finlandiya	13.579	12.744	6,6
Romanya	11.744	7.059	66,4
Norveç	9.207	13.055	-29,5
Macaristan	8.891	6.420	38,5
Yunanistan	8.885	6.460	37,5
Slovakya	8.050	5.410	48,8
Slovenya	6.845	6.472	5,8
Lüksemburg	4.349	4.108	5,9
Hırvatistan	3.730	2.811	32,7
Bulgaristan	2.465	1.802	36,8
Estonya	2.447	1.979	23,6
Litvanya	2.111	1.829	15,4
İzlanda	1.623	1.231	31,8
Letonya	1.529	1.445 5,8	
Kıbrıs	1.200	1.243 -3,5	
Toplam	1.286.378	1.203.993	6,8



TÜRKİYE VE AVRUPA'NIN EN ÇOK SATAN SUV MODELİ NİSSAN QASHQAİ, YENİLENEN TASARIMI VE GELİŞTİRİLEN SÜRÜŞ PERFORMANSIYLA ÜLKEMİZDE SATIŞA SUNULUYOR. YENİ QASHQAİ, SÜRÜCÜ VE YOLCULARIN SÜRÜŞ HEYECANINI ARTIRARAK 'LİDER DURUŞUNU' GÜÇLENDİRİYOR.

Türkiye ve Avrupa'nın lideri yenilendi

Bulunduğu kategorinin öncüsü, şehirli SUV modeli Nissan Qashqai, premium karakterini geliştiren yeniliklerle gövde gösterisine hazırlanıyor. Yeni Nissan Qashqai; heyecan uyandıran sportif ve sofistike dış tasarımı, premium iç kabini ve geliştirilen sürüş performansının yanı sıra güvenliğini arttıran Nissan Intelligent Mobility özellikleriyle 'lider duruşundan' taviz vermiyor.

Qashqai ile birlikte hayatımıza giren crossover segmenti, müşteri geri bildirimleri ve tüketici araştırmaları doğrultusunda yapılan Ar-Ge çalışmalarının bir sonucu. Bu segmentin öncüsü olan ve 10 yıldan beri SUV liderliğini bırakmayan Qashqai, duruşunu daha da güçlendirecek yeniliklerle bir kez daha müşterilerinin karşısına çıkıyor. Nissan Intelligent Mobility özelliklerini bünyesinde bulunduran Qashqai'nin mevcut donanımlarına ek olarak gelen konfor öğeleri de ürün gamını güçlendiriyor.

Nissan Türkiye Genel Müdürü Sinan Özkök, "Qashqai yalnızca sahip olduğu teknolojilerle değil, iç ve dış tasarımıyla da 10 yıldır sınıfının öncüsü konumunda. Türkiye ve Avrupa'da yıllarca en çok satan SUV modeli olması, ona bir lider duruşu kazandırdı. Şimdi yapılan premium yenilikler ve değişikliklerle kuralları baştan yazacak. Yeni Qashqai, lider duruşuyla artık çok daha güçlü." diyor.

YENİ NISSAN QASHQAI'NİN ÖNE ÇIKAN ÖZELLİKLERİ

- Qashqai, tamamen yenilenen ön yüzüyle daha dinamik ve sportif bir görüntüye kavuştu. İç tasarımda yapılan geliştirmelerle daha premium bir kimlik kazandı.
- Qashqai'nin ön yüzünün merkezinde Nissan amblemini çerçeveleyen yeni 'V-motion' ızgarası yer alıyor. Otomobilin yeni tamponunda motor hava delikleri yatay bir görünüm alarak küçüldü ve tamponda gövde renginden daha çok faydalanılan yeni bir görünüm ortaya çıktı.
- Ön tamponla bütünleşen yeni 'V' formlu heybetli ön ızgara, bumerang formlu LED gündüz farlarıyla tamamlanıyor. Aracın yeni kimliğinin belirgin özellikleri arasında yer alan farlar daha dinamik ve sportif bir görüntü sunuyor.
- Bumerang formlu, 3D aerodinamik efekti verilmiş arka farlar da dikkat çeken yenilikler arasında. Sürtünme katsayısında iyileştirme sağlayan arka farlar yakıt tüketimi maliyetini düşürüyor.
- Köpek balığı sırtı anteni Qashqai'nin arka tasarımda sahip olduğu diğer yenilikler.
- Sürtünmeyi minimum seviyelere çekecek şekilde tasarlanan yeni jantlar Nissan'ın premium dinamizmini yansıtıyor.
- Yeni Qashqai'nin toplam uzunluğu 17 mm artarak 4,394 mm'ye ulaşırken genişlik (1,806 mm) ve yükseklik (1,595 mm) aynı ölçülerde kaldı.
- Qashqai'nin renkleri üç yeni seçenekle zenginleşti. Yeni Qashqai, derin mavi, lav kırmızı ve hipnotik bronz seçenekleriyle sunulacak.





DERGİLERİMİZE ABONE OLUN İŞ DÜNYASINI BİZİMLE TAKİP EDİN!

Demircan Medya Grubu'na bağlı olarak her ay yayınlanan **Mall Report** ve **Hizmetix** dergilerine abone olun, dergilerimizi düzenli olarak her ay adresinize gönderelim.

MALL REPORT
AVM VE PERAKENDE DÜNYASININ İLETİŞİM DERGİSİ

Hizmetix
EKONOMİ VE İŞ DÜNYASI DERGİSİ

Her Ay Ofisinizde...

Üstelik Kampanyalı Fiyatımızla

Mall Report 12 aylık abonelik bedeli **145TL** ☐

Hizmetix 12 aylık abonelik bedeli **145TL** ☐

Her iki derginin 12 aylık abonelik bedeli **199TL** ☐

YETKİLİ ADI SOYADI	:
DERGİ KARGO ADRESİ	:
FATURA UNVAN BİLGİLERİ	:
FATURA ADRESİ	:
VERGİ D/NO	:
TEL	: / E-MAİL :

☐ Abone ücretimi banka hesap numaranıza havale ettim. Dekont fotokopisi ektedir.

☐ Abone ücretimi kredi kartımdan tahsil ediniz.

Kart No:

Geçerlilik Tarihi: /





İmza:

Kredi Kartınızın Arkasındaki Yetkili İmza Boşluğunda Yer Alan Numaraların Son Üç Rakamı

Banka Hesap Numaraları

☐ **GARANTİ BANKASI ŞB 729 (ŞİRİNEVLER - FETİH)** - 629 9466 - TR48 0006 2000 7290 0006 2994 66

☐ **FİNANSBANK ŞB 00963 (ŞİRİNEVLER)** - 00216 499 86 - TR62 0011 1000 0000 0021 6499 86

☐ **VAKIFBANK ŞB 282 (ŞİRİNEVLER)** – 00158007300483255 - TR670001500158007300483255

DEMİRCAN Medya Grubu

Abone carileri açık tutulamadığı için, fatura ödemeleri fatura kesim tarihinden itibaren beş iş günü içinde yapılmalıdır.

LÜTFEN FORMU DOLDURDUKTAN SONRA 0212 451 51 64 NOLU FAX'A İLETİNİZ.

İLETİŞİM : 0212 452 51 60-63 abone@demircanmedya.com.tr www.demircanmedya.com.tr



KADIN ÇALIŞANLARIMIZA BİR GÜN FAZLA İZİN

Tudors Gömlek CEO'su Yaşar Ayaydın: "Kadına Şiddete Hayır!" için başlattığımız farkındalık projesinden sonra kadın çalışanlarımıza yılda 1 gün fazla izin hakkı vererek 8 Mart'ı anlamlı hale getirdik. Kurulduğumuz günden beri yaptığımız tüm projelerimizde çalışanlarımızı birer gönüllü elçimiz olarak gördük. Yarattığımız istihdamda önemsediğimiz başlıca konu, kadın çalışanlarımız oldu. Marka değerimizi yaratan tüm çalışanlarımıza bu vesileyle teşekkür ediyor ve bu kampanyanın ülke genelinde diğer markalara da örnek olmasını diliyorum.





BÜTÜN KADINLARI SELAMLIYORUM

Şafak Sağlık Grubu CEO'su Pınar Bayramgürler: Kadın değil midir bulunduğu ortamı güzelleştiren, kendisine verileni çoğaltarak geliştiren… Aziz milletimizin şanlı tarihi boyunca elde ettiği başarılarda Türk kadınının katkısını göz ardı etmek mümkün değildir. Hayatın her alanında etkin rol oynayan, kültürel değerlerimizin yaşatılıp gelecek nesillere aktarılmasında belirleyici olan, toplumsal mayamızın sağlamlığının teminatı olan Türk kadınına Cumhuriyet döneminde sosyal ve siyasi hayatta hak ettiği rolü üstlenme hakkı tanınmıştır. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü dolayısıyla hayatımıza değer katan, sergiledikleri başarılarla da bize ilham veren kadınlarımızı saygıyla selamlıyorum.

TAMEK'TE KADININ YERİ AYRI

Tamek Genel Müdürü Cem Kurt: Kadın çalışan oranını her geçen yıl artırıyoruz. 800 çalışanımızın yüzde 50'si kadın. Tamek olarak tarladan sofraya üretimimizin her aşamasına kadın eli değmesini önemsiyoruz. Bursa, Balıkesir ve Manisa'daki fabrikalarımızla, genel müdürlüğümüzün yanı sıra, anlaşmalı çiftçilerimiz arasında da kadın oranını yükseltmek için çalışıyoruz. Çalışanlarımızın ve tüm kadınların Dünya Kadınlar Günü'nü kutluyorum.





ÜLKEMİZİ MUTLU YARINLARA KADINLAR TAŞIYACAK

Anabilim Eğitim Kurumları Kurumsal İletişim Müdürü Zümre Has: Tarihin her döneminde erkeklerle omuz omuza verip hayata yön veren Türk kadını, özellikle Milli Mücadele döneminde sergilediği özverili, fedakâr ve vatansever tutumuyla destanlaşmıştır. Cumhuriyetin ilanıyla da çağdaş dünya kadınlarının sahip olması gereken tüm hak ve özgürlüklere kavuşmuştur. Toplumun yapısını güçlendiren ve temel taşlarını oluşturan, huzurlu, mutlu ve sağlıklı aile birliğinin en önemli unsuru olan kadınlarımızın eğitimli, düşünen, sorgulayan, üretime ve yönetime aktif bir şekilde katılan bireyler olmaları ülkemizin aydınlık geleceği açısından son derece önemlidir. Türk kadını, büyük bir özveri ve hassasiyetle dün olduğu gibi bugün de gelişmiş bir toplum olmanın mihenk taşı olma özelliğini koruyarak ülkemizi daha aydınlık mutlu yarınlara taşıyacaktır.

YERYÜZÜNE SAYISIZ GÜZELLİĞİ KADINLAR GETİRECEK



Özel Pek İlkokulu Müdürü Fisun Aslan: Kadınlar, yaşama karşı gösterdikleri isyan ve inatla topluma kararlılığı ve hayata bağlanmayı armağan ediyor. Ne acıdır ki bunca güzellikleri var eden kadınlar, dünyada hak ettikleri değere sahip olamıyor. Ülkemizde de kadınların maruz kaldığı onca haksızlık, şiddet, cinayet ve emek mücadelesi ötelenmesine rağmen gücünü Mustafa Kemal Atatürk'ten alan biz kadınlar, eğitim ve emek hakkımızdan, eşit haklara sahip olma mücadelemizden ve en önemlisi bizlere armağan edilen CUMHURİYETTEN asla vazgeçmeyeceğiz. Bir öğretmen, bir anne kimliğimle yeryüzüne sayısız güzelliği kadınların getireceğine inanarak bütün kadınların 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü'nü kutluyorum.

KADINLAR MUTLUYSA HERKES MUTLU



Arcadium Alışveriş Merkezi Müdürü Sevda Adalı Akbaşoğlu: Kadınlar mutlu olun. Mutlu olmak için de bir başkasından mutluluk beklemeyin. Biliyorum ki kadın mutluysa, mutlu çocuklar yetiştiriyor, mutlu eşleri oluyor, mutlu aileleri oluyor, mutlu arkadaşları oluyor. Mutlu kadının ışığı tüm hayatları aydınlatıyor. Üretin, sevin, sevilin. Hayat o kadar kısa ki her sabah hayata yeniden başlayın, yeni gün sizin ışığınızla aydınlansın. Çünkü mutlu kadınlar, mutlu hayatlar, mutlu toplumlar demektir. Önce kendinizi sevin, sonra tüm dünyayı. Sevgili kadınlar iyi ki biz varız. Kadınlar Günü'nüz kutlu olsun. Var olun.

CİNSİYET EŞİTLİĞİNİ YAKALAMAKTAN UZAĞIZ



Boyner Grup Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Boyner: Dünya Kadınlar Günü'nü kutladığımız şu günlerde cinsiyet eşitliği meselesi ülkemizin demokrasi, adalet ve haklar alanındaki ana sorunlarından biri olmayı sürdürüyor. Çocukların evlendirilmesi gibi konular bile hâlâ tartışılabiliyor. Gündem içinde daha fazla yer alması umut verici olsa da ekonomik, siyasal ve sosyal alanlarda cinsiyet eşitliğini yakalamaktan uzağız. Refah, kapsayıcı ekonomik büyüme ve toplumsal gelişimin gerçekleşebilmesi için her alanda eşitliği tesis etmenin zorunluluk olduğuna inanıyorum.

SAÇIM SAÇIN OLSUN

TEDAVİ NEDENİYLE SAÇLARINI KAYBEDEN BİRİNİ
SAÇLARINLA MUTLU ETMEK İSTER MİSİN?

sacimsacinolsun@gmail.com
www.kansersavascilari.org



www.facebook.com/KanserSavascilari
@KanserSavascisi
Kanser Savaşçıları